



## **Nyt brug af land - nye landbrugere - integrerende iværksætteri i landdistrikter**

Tanvig, Hanne Wittorff

*Publication date:*  
2012

*Document version*  
Også kaldet Forlagets PDF

*Citation for published version (APA):*

Tanvig, H. W. (2012). *Nyt brug af land - nye landbrugere - integrerende iværksætteri i landdistrikter*. Skov & Landskab, Københavns Universitet. Planlægning og friluftsliv Nr. 30/2012



# Nyt brug af land - nye landbrugere – integrerende iværksætteri i landdistrikter

PLANLÆGNING OG FRILUFTSLIV

30 / 2012



Nedlagte landbrugsbygninger er et mekka for nye typer iværksættere

Af Hanne Wittorff Tanvig





**Rapportens titel**

Nyt brug af land - nye landbrugere – integrerende iværksætteri i land-distrikter

**Forfatter**

Hanne Wittorff Tanvig

**Udgiver**

Skov & Landskab, Københavns Universitet

**Serietitel, nr.**

Planlægning og Friluftsliv nr. 30-2012

**Ansvarshavende redaktør**

Gertrud Jørgensen

**Dtp**

Inger Grønkjær Ulrich

**Bedes citeret**

Tanvig, H.W. (2012): Nyt brug af land - nye landbrugere – integrerende iværksætteri i landdistrikter. Planlægning og Friluftsliv nr. 30, Skov & Landskab, Københavns Universitet, Frederiksberg, 2012. 103 s. ill.

**ISBN**

978-87-7903-570-6 (papir)

978-87-7903-572-0 (elektronisk)

**ISSN**

1397-5331

**Tryk**

Prinfo Aalborg

**Oplag**

200 eks.

**Pris**

200 kr. inkl. moms

**Forsidefoto**

Hanne W. Tanvig

**Gengivelse er tilladt med tydelig kildeangivelse**

I salgs- eller reklameøjemed er eftertryk og citering af rapporten samt anvendelse af Skov & Landskabs navn kun tilladt efter skriftlig tilladelse.

**Rapporten er publiceret på [www.sl.life.ku.dk](http://www.sl.life.ku.dk)****Rapporten kan bestilles på**

[www.academicbooks.dk](http://www.academicbooks.dk)

**eller købes hos**

Academic Books, LIFE Sciences

Thorvaldsensvej 40

DK-1871 Frederiksberg C

Tlf. 3815 3895

[life@academicbooks.dk](mailto:life@academicbooks.dk)



# Forord

Udvikling i landdistrikterne er et tilbagevendende tema og mange er involveret i debatter og gøremål desangående. Men når det kommer til spørgsmål om erhvervsudvikling, er det som om intensiteten falder, selv om muligheder for beskæftigelse forekommer at være den mest afgørende brik for, om der fortsat kan foregå en bæredygtig udvikling socio-økonomisk set. Dette tilsyneladende fravær kan skyldes flere forskellige forhold. F.eks. finder mange, at erhvervsudvikling er et anliggende for landbrugssektoren, hvor landdistriktsudvikling i stedet handler om andre aspekter ved livet på landet. Andre ser det som en umulighed, fordi 'rigtig' erhvervsudvikling, bortset fra landbrugets, sættes i forbindelse med vækstområder og derfor ikke kan foregå i tyndt befolkede områder. Det som højest kan foregå handler i givet fald om små erhverv som f.eks. lokale kvalitetsprodukter eller turismeafledte aktiviteter.

Denne analyse har som udgangspunkt valgt at udfordre de synsvinkler. Nyere teorier siger nemlig, at stedlige værdier som f.eks. natur, naturens ressourcer og herlighed på forskellig måde kan være afsæt for dannelse af nye lokale økonomier. Nogle teorier siger desuden, at andre former for entreprenørskab kan gøre sig gældende, end dem man ellers normalt har øje for. Ved derfor at bruge en anden optik på landdistrikternes og menneskelige potentialer for erhvervsudvikling kan det være, at der kan stilles nye diagnoser for landdistrikternes udvikling.

Analysen baserer sig på undersøgelser af iværksætteri i tre forskelligt beliggende kommuner i landet: Favrskov, Norddjurs og Thisted, hver især repræsenteret ved to mindre lokalsamfund. Den forskellige beliggenhed gør det muligt gennem sammenligninger at belyse den regionale beliggenheds betydning.

Undersøgelserne viser sig at bekræfte de nye teories relevans: der findes 'nyt brug af land' og 'nye landbrugere'. De er dog ikke jordbrugere i gængs forstand. Undersøgelserne giver også en række nye erkendelser og oplæg til revision af teorierne. F.eks. findes en type iværksætteri, benævnt integrerende iværksætteri, som især drager fordel af stedlige værdier, og som er relativt mere udpræget i yderområderne end tæt på et storbyområde. Denne form har været upåagtet i den lokale erhvervsfremme. Den praktiseres som regel af tilflyttede, veluddannede personer, der kan se muligheder for skabe sig et erhverv på stedet – et erhverv der også er nyt for stedet - og derfor kan siges at være 'lokal innovation'. Den form giver en række nye håndtag at trække i, hvor nogle af dem er konkretiseret i rapporten.

Resultaterne vil snarest blive omsat i mere konkrete forslag til politik og handling, ligesom et nyt forskningsprojekt vedrørende identificering af stedlige værdier med henblik på initiering af nye erhverv vil bygge ovenpå de opnåede resultater.

Projektet er finansieret af Indenrigsministeriets Landdistriktspulje. Det er gennemført i samarbejde med kommunerne: Favrskov, Norddjurs og Thisted, re-



præsenteret ved Inger Nehm, Kirsten Bjerg og Otto Lægaard. Videncenter for Landbrug ved Povl Nørgaard Andersen og Jørgen Korning har desuden medvirket i det forberedende arbejde. Alle skal have tak. Ikke mindst skal dog de mange interviewpersoner takkes for, at de har brugt tid på at deltage. Endelig skal Lise Herslund, Gertrud Jørgensen og Inger Grønkjær Ulrich have tak for hjælp til finpudsning og opsætning af rapporten.

Hanne Tanvig, Januar 2012



*Billedet af det gode liv? Foto: Hanne Tanvig*

# Indhold

<b>Forord</b>	<b>3</b>
<b>Indhold</b>	<b>5</b>
<b>Hovedresultaterne – korte svar på undersøgelsens hovedspørgsmål</b>	<b>7</b>
<b>Baggrund</b>	<b>11</b>
<b>Litteratur, teorier og begreber – det globale rum og iværksætteri</b>	<b>15</b>
<b>Hovedspørgsmål og fremgangsmåder</b>	<b>23</b>
Hovedspørgsmål	23
Caseområder	23
Undersøgelserne i de udvalgte områder	24
Typer af iværksætteri	26
<b>Forekomst af og kendetegn ved forskellige typer iværksætteri</b>	<b>28</b>
<b>Iværksættere i landdistrikterne – hvem er de og hvad kendetegner deres nye erhverv?</b>	<b>33</b>
Personlige baggrunde og motiver for at etablere de nye erhverv	33
De nye erhvervsaktiviteters art, omfang og deltagernes forventninger til udvikling	35
Lokalisering og de nye erhvervsdrivendes relationer til stedet	37
De nye erhvervs relationer til andre erhverv	41
Relationer til 'systemets' tilbud – rådgivning, støtteordninger o.l.	41
Barrierer for udvikling og behov for tiltag – udtrykt af deltagerne	42
<b>Eksempler på integrerende iværksætteri</b>	<b>45</b>
Eksempel 1. All4Dogs og PLA-Consulting	46
Eksempel 2. Annette Falk Lund	48
Eksempel 3. EGLU A/S	50
Eksempel 4. Hawhuset	52
Eksempel 5. Lightstone Media, Danish Walls og Tip Tap Tudse	54
Eksempel 6. Nørager Vandrehjem og Futton Sportscafé	56
Eksempel 7. Plasma Boardriding Inc.	58
Eksempel 8. Stian.eu	60
Eksempel 9. Ulla Lundsgart	62
Karakteristikker og sammenhænge - integrerende iværksætteri	63
<b>Perspektivering</b>	<b>69</b>
<b>Litteratur</b>	<b>71</b>

## Bilag

<b>1. Fortegnelse over interviewede – telefoninterviews</b>	<b>75</b>
<b>2. Spørgeguide – telefoninterviews</b>	<b>77</b>
<b>3. Profiler af de interviewede - telefoninterviews</b>	<b>79</b>
<b>4. Motiver for opstart af det nye erhverv</b>	<b>85</b>
<b>5. Det nye erhvervs funktion og art</b>	<b>89</b>
<b>6. Forventninger til fremtiden</b>	<b>93</b>
<b>7. Motiver for bosætning</b>	<b>95</b>

8. Baggrund for lokalisering af erhvervet	97
9. Oplevelse af beliggenhed i et landdistrikt frem for i en storby	99
10. Barrierer for udvikling	101
11. Forslag til tiltag fra det offentlige side – Thisted-undersøgelsen	103



# Hovedresultaterne – korte svar på undersøgelsens hovedspørgsmål

Hovedresultaterne fra denne analyse gengives i kort form nedenfor.

Analysen viser, at der findes et spirende erhvervsliv i de forskellige undersøgelsesområder. Der er både tale om almindelige iværksættere, som regel lokale med trang til selvstændighed og erhverv inden for klassiske sektorer, og om nye typer. Især findes der mange af de nye typer. Disse nye typer har en profil, som bevirker, at de kan kaldes 'nye landbrugere', som bruger land på nye måder, enten direkte eller indirekte.

De nye typer kan karakteriseres som integrerende iværksætteri.

## Eksempel på integrerende iværksætteri

Robert har etableret sin nye virksomhed, Plasma Boardriding Inc., på hjemmeadressen i Klitmøller, hvor han integrerer erhvervet i familielivet på bopælen, samt kombinerer det med sin stor passion, surfing. F.eks. er han en af hovedkræfterne bag 'Cold Hawaii' og world cup. Han har udviklet et tøjkoncept, der er inspireret af surferkulturen på stedet, og sælger sine produkter især via nettet. For hvem der ikke kender Klitmøller, er det *stedet* for surfing i Danmark overhovedet og Robert har tilbragt mange år med det. Han er i øvrigt vokset op i Klitmøllers fiskerkultur, men har qua sin passion været verden rundt. Før firmaets etablering var han nemlig professionel surfer, og han er fortsat et dansk surfer-ikon. Tøjet produceres i udlandet, ligesom han har et forhandlernet i andre lande. Han har stærke nationale og internationale relationer, som trækkes på ved udviklingen af sit erhverv på stedet. Han vil dog også gerne trække mere af erhvervsaktiviteten til Klitmøller for at fremme områdets udvikling. Han kunne ikke forestille sig et liv andre steder. Robert deltager således i skabelse af udvikling i lokalsamfundet baseret på de stedlige værdier, ud over at skabe sin egen økonomiske levevej baseret på stedet.



Eksemplet er uddybet sammen med en række andre eksempler i et senere kapitel.

For de integrerende iværksættere er erhvervsaktiviteten en integreret del af det at bo på stedet og i hverdagslivet: den er indlejret i 'stedet' og det hele liv. De pågældende er ofte tilflyttere, og deres aktiviteter repræsenterer nye erhvervstyper for de områder, de har etableret sig i. Sammen med tætte bånd til det sted, de bor og driver deres erhverv i, har de relationer ud af området (extra-lokale) og netværk, som bevirker, at det der ellers kunne være en beliggenhedsbestemt gene, overvindes. De bygger i stedet nye broer.

Integrerende iværksætteri foregår således både horisontalt (vandrette relationer) og vertikalt (lodrette relationer), og mange af de modsætninger, som ellers

ofte gøres gældende, f.eks. modsætningerne land-by og natur- kultur, brydes ned eller smelter sammen.

Både de almindelige og de integrerende iværksættere har kun haft sporadisk berøring med og kendskab til systemet, f.eks. kommunens politik og forvaltninger, og dets tilbud (rådgivning, lokal erhvervsservice, støtteordninger etc.).

Analysen har haft tre hovedspørgsmål og besvarelsen af hver af disse følger mere konkret nedenfor.

## **Findes der iværksættere i landdistrikterne? Er de forskellige?**

Ja, der findes mange, både 'gamle' og nye typer. Der er fundet flere af den nye slags, integrerende iværksætteri, end af de mere almindelige iværksættere, specielt i yderområderne. Det integrerende iværksætteri har tendenser til at kombinere forskellige indtægtskilder, herunder andre nye erhverv<sup>1</sup> (på samme adresse). Nogle af udøverne har ambitioner om at opnå vækst.

Mange er små, men de fleste er større end det, som normalt betegnes som hobby, målt i omsætning (omsætning på u. kr. 100.000). Fordi de ofte også kombineres med andre indtægtskilder, har de fleste udøvere dog mindst en fuldtidsaktivitet og en højere indkomst end fra det nye erhverv, som har givet adgang til denne undersøgelse.

- De almindelige iværksættere er som regel lokale, og de driver oftest erhverv inden for gamle brancher. Mens de nye typer oftere er tilflyttere, der driver erhverv inden for nye erhvervssektorer og i forskellige former for udadrettede netværk.
- Der er en tendens til, at integrerende iværksættere har en boglig uddannelse, mens de almindelige i højere grad i større udstrækning er fagligt uddannede.

## **Hvordan agerer iværksættere i relation til deres kontekst (stedet og rummet)?**

- Fordelingen af typer er nogenlunde ens blandt de interviewede i de tre kommuner, men stedets betydning, også for integrerende iværksættere, slår lidt forskelligt ud. Favrskov er præget af forstadsbeliggenhed og ud over naturen anfører deltagerne især billig husleje som tiltrækningsfaktor, mens deltagerne især i Thisted i langt højere grad anser naturen som det primære, tiltrækkende element.
- Stort set alle, også almindelige iværksættere, driver deres erhverv med udgangspunkt i bopælen, og bosætning er oftest foretaget før opstart af det nye erhverv.
- Et gennemgående træk er, at det også er naturen, som udløser valget af bopæl. I forhold til antallet af nedlagte landbrugsejendomme er der forholdsvis mange nye erhvervsdrivende, som etablerer sig på sådanne.

---

<sup>1</sup> Det er det nye erhverv, som er indgangen til at være med i denne undersøgelse.

- De nye typer er oftest tilflyttere og har extra-lokale (uden for området) strategiske relationer i videre udstrækning, end de 'gamle' typer har.
- Mange er aktive i lokalsamfundene, socialt set, især dog dem som praktiserer det integrerende iværksætterprincip.

## Hvordan er samspillet mellem iværksætterne og systemets tilbud i landdistrikterne?

- Samspillet mellem støttesystemer (offentlige instanser, hel- eller halvoffentlig rådgivning m.fl.) og de nye erhvervsdrivende er beskedent. Det gælder umiddelbart for alle typer og i alle områder.
- Støtteordninger er kun anvendt i få tilfælde, og da for at få midler til at kunne trække på basal rådgivning.
- Viden om systemet, f.eks. kommunale 'indgange' til, og systemets muligheder i det hele taget, herunder f.eks. støtteordninger, er generelt begrænset.
- Mange oplever barrierer for udvikling. Nogle har forslag til tiltag, der kan fremme deres udvikling. De handler navnlig om afhjælpning af administrative byrder (for at få mere tid til det egentlige), markedsføring og synliggørelse. I et delområde var der særligt et forslag om at etablere attraktive fælles faciliteter for nye erhvervsdrivende og gæster i området.
- Resultaterne peger på behov for en forstærket indsats til fremme af det integrerende iværksætteri i landdistrikterne.

## Perspektivering

Især de uddybende interviews blandt integrerende iværksættere afslører behov for en understøttende tilgang og på flere niveauer.

- Helt basalt skal tiltrækningsfaktoren, nemlig stedets herlighed og stedlige værdier sikres og synliggøres som potentiale for nye iværksættere (i nogle sammenhænge har det været særlige kulturelle, institutionelle miljøer)
- De nye typer – ofte ganske små – skal anerkendes og synliggøres (også for hinanden)
- Hjælp til markedsføring og hjælp til nedbringelse af tidsrøvende funktioner, så de pågældende kan få tiden til at hænge bedre sammen og hellige sig 'det egentlige'
- Opbygning/sikring af lokale sociale og kulturelt inspirerende miljøer
- Opbygning/sikring af extra-lokale strategiske relationer (ikke alene markedsføring)
- Opbygning/sikring af faciliteter og rammer for lokale, fælles erhvervsmiljøer (klynger baseret på indhøstning af stedlige værdier)

Sådanne indsatser favner bredt og vil omfatte mange forskellige aktørers medvirken, ikke mindst dog en målrettet indsats fra en flæthed af forvaltningers og aktørers side.

Særligt er det oplagt at sætte ind i forhold til omgivelserne og på et fællesskabsniveau frem for primært overfor den enkelte iværksætter. Det kan også kaldes 'socialt entreprenørskab' (fællesskabet deltager forpligtende i processen) eller 'community business entrepreneurship' (fællesskabet er økonomisk aktør), hvor omverdenen bliver aktive, forpligtede medspillere.

Tilflytterpotentialer er der. Synliggørelse af og relevante støttestrukturer omkring potentielt 'nyt brug af land', kan utvivlsomt tiltrække mange flere 'nye brugere af land' i fremtiden.

# Baggrund

I disse år kan der tegnes et Danmarkskort præget af centralisering og begrebet Udkantsdanmark bruges ofte som udtryk for, at dele af de danske landdistrikter ikke udvikler sig som resten af landet og at de ikke tilgodeses tilstrækkeligt.

Ved en nærmere undersøgelse er det nødvendigt at beslutte sig for det niveau, som udviklingen og dens potentialer skal analyseres på. I debatten indgår forskellige opfattelser af, hvad et 'landdistrikt' er, uden at det gøres klart.

Nogle betragter således 'landdistrikter' og deres udfordringer ud fra en vinkel, hvor det først og fremmest er landbruget, som bestemmer udviklingen i områderne, og hvor områderne groft set svarer til landbrugets arealer samt landsbyerne i nærheden. I den optik har landsbyerne fulgt med landbrugets udvikling og står derfor svagt, når landbruget ikke længere gearer deres udvikling.

Den anden position er den regionale, hvor det nærmere handler om lav befolkningstæthed og beliggenheden i landet<sup>2</sup>. Men sædvanligvis betragtes den regionale udvikling ovenfra og med den tilgang er det vanskeligt at få øje på formationer, som ikke har opnået en vis volumen. Regionalpolitikken er netop vækstsøgende. I denne analyse indtages især den 'regionale' position<sup>3</sup>, men den tilføres et lokalt perspektiv, som kan åbne for nye udviklingsmuligheder. Det skyldes både den faktiske udvikling, og de nye udviklingsteorier, som efterfølgende introduceres.

Historisk set er der i Danmark foregået en vandring fra land til by, set over det lange sigt. Men det forholder sig ikke sådan, at landdistrikterne er afviklet i takt med, at landbrugets strukturudvikling har reduceret landbrugssamfundet socio-økonomisk set. Hvor der er tale om max. 15.000 egentlige landbrugsbedrifter og dermed max. 40.000 personer, som lever heraf, bor der ca. 600.000 personer i de samme områder, se f.eks. Indenrigsministeriet (2009). Deres tilstedeværelse er ikke betinget af landbrugets udvikling, men har andre eksistentielle baggrunde. Når man i den første ovennævnte position overser det faktum, skyldes det analyseniveauet, idet det primært indfanger landbruget selv og dets arealer.

OECD så den manglende sammenhæng mellem landbrugets og landdistrikternes udvikling, da man herfra lancerede begrebet 'The New Rural Paradigm' (Det nye landdistriktsparadigme) (OECD, 2006). Landdistrikter skulle ikke ses som sektorstyret (af landbruget) men som et territorium, hvor mange andre drivkræfter, aktiviteter og aktører også kunne gøre sig gældende.

Med et udvidet regionalt perspektiv kan man da også få øje på, at der i Danmark i perioder tilmed har været tendenser til udvikling fra by til land. F.eks.

<sup>2</sup> En årsag til at den ellers store og ofte heftige debat om landdistrikternes udvikling alligevel virker som spredt fægtning kan være, at man ikke gør sig klart, at de to indfaldsvinkler giver meget forskellige analyser og evt. løsningsmuligheder.

<sup>3</sup> Definitionen af et landdistrikt i Danmarks Statistik er, at det er området uden for sammenhængende bebyggelse med 200 indbyggere og derover.



indebar den senindustrielle udvikling i perioden fra ca. 1970–1990 en spredning af fremstillingserhvervene væk fra storbyerne ud i tyndt befolkede egne, og især vestpå. Mange nye arbejdspladser så dagens lys dér. Årsagerne var flere. Ikke alene var det fremstillingssektoren, der af strukturelle årsager (opsplitning af de store produktioner i mindre opgaver og omlokalisering af samme som modtræk til overophedning på byernes arbejdsmarkeder) i sig selv fremmede det resultat. Det gjorde også den lokale foretagsomhed (selvstændighedskulturen), som tiltrak og var med til at skabe grobund for, at ellers konkurrencetruede erhvervsopgaver kunne omlokaliseres og forblive i landet (Maskell, 1984). Staten var desuden stærkt medvirkende, i form af praktisering af en regional udviklingslogik som fremmede ligelig udvikling. De skete både administrativt og strukturelt igennem kommunalreformen i 1970 samt gennem diverse reformer, der alle tjente til omfordeling og mulighed for udvikling også i tyndt befolkede områder. Flere støtteordninger sigtede tilsvarende på udflytning og decentralisering (Tanvig, 1995).

Den vestvendte bølge aftog imidlertid i slutningen af 1980'erne. Siden har andre kræfter trukket i og formet den regionale udvikling, tilsyneladende til fordel for centralisering og storbyvækst. Den postindustrielle økonomi har taget over, samtidigt med at den statslige politik og forvaltning har ændret sig. Det kommer bl.a. til udtryk i ændringer i mottoer for landsplanlægningen. Hvor den i mange år handlede om at sikre mulighed for ligelig udvikling, ændredes det f.eks. i 2006 til 'Det nye Danmarkskort – planlægning under nye vilkår' (Miljøministeriet, 2006).

Filosofien som i høj grad har præget styringsformerne i de senere år, er at udviklingen ikke kan eller skal styres centralt fra systemets side. Funktioner skal være store nok til selv at kunne og statslige investeringer tjener i givet fald, de foretages, til fremme af volumen og koncentration. Den seneste kommunalreform er et eksempel herpå med en stor reduktion af antallet af kommuner, for at de hver især kunne blive stærkere, ligesom f.eks. koncentrationen af sygehuse, politiet, retsvæsenet, biblioteker og skolerne er det. Det er ikke sket upåagtet og har mødt stor kritik i visse lejre. I det lys har begrebet 'Udkantsdanmark' især fået næring.

Ud fra den logik handler det især om at animere markedet og civilsamfundet til selv at tage initiativer til udvikling. OECD (op ref.) fremhæver tilsvarende i forbindelse med 'The New Rural Paradigm', at 'rural policy' (landdistriktspolitik) skal understøtte lokale ildsjæle og 'bottom up'-baseret udvikling (nedefra-op), såkaldt 'local governance' (lokal udviklingspolitisk aktivitet). Dertil findes nu adskillige nationale ordninger. For landdistrikternes vedkommende er det fra nationalt hold især Landdistriktspuljen, men særligt når det gælder landdistrikts- og regionaludvikling en række EU-ordninger, f.eks. Landdistriktsprogrammets akse 3 og 4, kanaliseret via de lokale aktionsgrupper (LAGs). Se f.eks. <http://www.landdistriktsprogrammet.dk>. Flere af disse ordninger er blevet til for sikre en udvikling i landdistrikterne, og folk og virksomheder gives mulighed for at ansøge om støtte til projekter inden for ordningernes temaer<sup>4</sup>.

<sup>4</sup> Som mange dog bemærker, er ordningerne relativt beskedne i forhold til normalsystemets, hvis de måles i penge. F.eks. uddeles årligt ca. 21 mio. kr. fra Landdistriktspuljen og ca. 110 mio. fra Landdistriktsprogrammets akse 3 og 4. Forudsætningen for at få adgang til midlerne – nemlig at den enkelte borger eller gruppe af borgere eller det enkelte erhverv – skal

'Udkantsdanmark' har historisk set især aflejringer fra den senindustrielle periode, og er nu i en tilstand i solnedgang. Det store spørgsmål er imidlertid, om der også kan blive tale om en ny solopgang - om den postindustrielle æra vil kunne vinde indpas også her. Og at der overhovedet er et virkningsfuldt perspektiv for 'local governance'. Umiddelbart er der tegn på spørgsmålets relevans.

I en årrække har det f.eks. vist sig, at der gennemsnitligt ikke har været tale om en regulær befolkningstilbagegang i landdistrikterne, sådan som profetien om vandringer fra land til by siger. Dog er der konstateret tilbagegang de seneste par år. At befolkningstallet ikke er faldet som forventet kan især forklares med en tendens til 'counter-urbanization' (mod-urbanisering) som udtryk for, at mange fravælger byen som bosted og vælger at flytte ud for f.eks. at få mere ro, tid og plads. Forskellige undersøgelser har vist, at der i det hele taget er ganske mange i den danske befolkning, som kunne tænke sig at bo på landet, f.eks. Capacent Epinion (2008) og Vilstrup (1996), også langt flere end som umiddelbart realiserer den drøm. Den tendens er også konstateret i flere andre lande, se f.eks. Champion (1998); Stockdale (2006). Andre skriver om en 'peri-urbanisering' og om udviklingen af den grænseløse by, f.eks. Albertsen m.fl. (2007), hvor det særligt er blandingen af land og by og opløsningen af fysiske forskelle, som er i fokus, og igen et belæg for at modstillingen mellem udviklingen i byen og på landet ikke automatisk holder.

Et andet tegn er mere funktionelt orienteret, nemlig at der vokser forskellige typer distrikter frem. Murdoch et al. (2003) viser f.eks. et differentieret landskab af lokalsamfund, bl.a. under indflydelse af 'counter-urbanization' og middelklassens omdannelse af lokalområder, som udvikler sig i forskellige retninger. På dansk grund arbejdes med områder med forskellige landdistriktsgrader, f.eks. i <http://www.landdistriktsprogrammet.dk>. De har hver sine sæt vilkår og udfordringer og ledte til en administrativ opdeling af landdistrikter i yderområder, landdistrikter med særlig tyngde af landbrug samt bynære landdistrikter<sup>5</sup>.

Ikke mindst er en undersøgelse til brug for Landsplanlægningen (Miljøministeriet, 2008) et tegn på at et ellers universelt landdistriktsbegreb ikke holder. Den viser, at mange landsbyer selv i yderområder er i fremgang befolkningsmæssigt, og at forklaringerne også er langt mere nuancerede end et spørgsmål om geografisk placering. Det handler f.eks. om herlighedsværdier og det lokale foreningsliv.

De sporadiske tegn bliver dog mere betydningsfulde ved at se dem i sammenhæng med nye teorier. De giver belæg for, at 'Udkantsdanmark' ligesom andre typer geografiske områder kan påvirkes af andre mekanismer end alene relationen og fysiske afstande mellem by og land i egen- og fjerde rum. Det skyldes grundlæggende, at globalisering og teknologisk udvikling påvirker den rumlige indretning af samfundsudviklingen og herunder vilkårene for alle lokalsamfunds udvikling og roller, også økonomisk set.

---

kunne bringe sig i stilling til at komme i betragtning også teknisk set – kan samtidigt være springende. Det forudsætter kendskab til mulighederne, ressourcer og kompetencer for at kunne benytte sig af dem. Se også Thomsen & Tanvig (2006).

<sup>5</sup> Opdelingen bruger bl.a. i forbindelse med udmåling af fordelingen af midler fra EU's Landdistriktsprogram, akse 3 og 4.

Men de nye potentialer skal realiseres og forvandlingen af 'Udkantsdanmark' vil skulle ske på det nye paradigmes vilkår, jf. OECD (op ref.). På den baggrund bliver 'iværksætter' og rammerne herfor afgørende for skabelse af nye lokale økonomier. I det gamle paradigme var der et medspil fra en hjemlig fremstillingssektor, der omlokaliserede sig og som ellers ville være lukket eller flyttet til 3. lande.

I den postindustrielle æra er udfordringerne præget af en langt større kompleksitet og konkurrence i det globale rum, hvorfor tidligere formler på 'iværksætter' tilsvarende må skulle suppleres eller korrigeres.

# Litteratur, teorier og begreber – det 'glokale rum' og iværksætteri

I dette kapitel skal der trækkes på teorier om de nye rumlige vilkår og potentialer for ny udvikling i landdistrikterne. Her skal der særligt ses på iværksætteri som et middel til at forløse de nye potentialer.

## Det nye rum og muligheder for udvikling

Med udgangspunkt i Castells (1996) kan man spørge, om der overhovedet længere findes et entydigt 'landdistrikt' til forskel fra andre slags territorier. En langt mere sammensat og differentieret struktur kan efter Castells forklares med, at udvikling skabes i globale økonomiske netværk i form af 'spaces of flows' (strømmenes rum). De er fysisk uhåndgribelige og i princippet ikke-lokaliserede. Men samtidigt foregår en proces, hvor 'spaces of place' (stedernes rum), det lokale, bliver integreret og brugt i det økonomiske rum. Det betyder i princippet, at den stedlige udvikling foregår som lokale subsystemer med op-hæng i et globalt system. Globale processer foregår altså baseret på konkrete, lokale ressourcer, som skal bringes i spil i dette globale univers.

De sammenhænge betyder, at der ikke nødvendigvis er klare horisontale relationer (vandrette), f.eks. strømme af varer og viden inden for en nations grænser, eller mellem by og land inden for samme region. Relationerne er snarere globale-lokale (vertikale), se f.eks. Hubbard et al. (2004).

Derfor betyder det 'lokale' så meget, også det lokalt kulturelle sat overfor en global økonomisk dagsorden (Meyrowitz (2009)). Det er de særlige stedlige ressourcer, f.eks. råstoffer, natur, kompetencer, og om og hvordan de bringes i spil, der kommer til at afgøre, om en lokaløkonomisk udvikling – i det globale system - vil komme til at foregå.

En række landdistriktsforskere peger på, at det nye rums muligheder for landdistrikterne handler om 're-resourcing' (gen-erobring og værdisættelse) eller 'commodification' (markedsføring) af de særlige landlige ressourcer, f.eks. Perkins (2006).

Det nye rum for udvikling bevirker endvidere, at netværk på mange planer kommer til at stå centralt, f.eks. der Ploeg & Marsden (eds.) (2008). Og at en statslig styring bliver fortsat vanskeligere. Udviklingen kan f.eks. ikke afgrænses og sikres inden for en nations eller et administrativt områdes grænser og styres fra oven.

Som f.eks. Sørensen & Torfing (2005) beskriver, sker der en vægtforskydning fra en government- (central politik og planlægning) til en governance-betinget styring (aktørnetværk, handling). Ikke at statslig styring helt forsvinder; den optræder snarere som en metastyring kombineret med øgede kontrolmekanis-

mer. Men pointen er, at der umiddelbart set er givet et råderum for lokal initiativkraft og andre slags aktører, typisk blandingsformer mellem civilsamfund, stat og marked og på tværs af klassiske niveauer.

Fra et andet perspektiv skriver Ray (1999a;b), at det 'rurale' (landlige) analytisk set burde opløses. Snarere burde landdistrikter opfattes som lokalsamfund bestående af forskellige lokale kapitaler. Foruden de økonomiske og fysiske kapitaler, også humane, sociale, kulturelle og symbolske kapitaler. 'Rurality' kommer til udtryk ved, at den ene af kapitalerne, den fysiske, har særlig stor betydning, men igen forskelligt afhængigt af de pågældende mix af kapitaler inden for det givne territorium. Kapitalerne kan være påvirket af udefrakommende kræfter (exogent), men som Ray fastholder: den lokale udvikling sker ikke alene pga. exogene kræfter, men fordi der tages initiativer og ageres nedefra (endogent) gennem brug af de stedlige ressourcer. Succes opnås pga. konstruktive samspil mellem exogene og endogene kræfter, af ham kaldet den 'neo-endogene' udvikling.

Heilbrunn (2010) gør det lokale udviklingspotentiale til et spørgsmål om eksistens og omfang af 'space' (rum)- og 'place' (sted) - relationer i lokalområder. Sådanne kan betegnes som forskellige former for netværk. Når begge slags relationer har vilkår og eksisterer i maksimalt omfang, er et områdes muligheder for succes optimal. Forekomst af 'space' - relationer, nemlig de økonomiske/strategiske og vertikale netværk (lokale-globale), kan f.eks. måles i form af infrastruktur og økonomisk 'agency' (lokaløkonomiske faciliteter). Forekomst af 'place'-relationer kan til gengæld måles i form af social kapital.

Andre teorier om rumlig udvikling peger på, at lokale rum kan udvikles forskelligt som følge af forskellige mix af lokale kapitaler og hvorledes vertikale (lodrette) og horisontale (vandrette) netværk gør sig gældende. Som sådan er de dynamiske og giver 'landdistrikts' - rum mulighed for forskellig udvikling.

Til gengæld har teorierne sjældent et blik for, at der også skal være et eller flere subjekter til stede, i form af personer eller netværk ala de ovenstående, som kan handle i og realisere de nye rumlige potentialer. Mere indsigt i sådanne potentielle sammenhænge mellem individets ageren og rumlig udvikling kan delvist opnås i litteratur om iværksætteri (entrepreneurship), se senere<sup>6</sup>.

Disse teoridele kan sammenskrives som i nedenstående tabel 1. Den er særligt inspireret af Heilbrunn's model (op ref.), dog modificeret ift. Ray's (op ref.) påpegning af, at der kan være tale om forskellige lokale kapitaler. Målestokken social kapital, som i Heilbrunn's, er altså erstattet med 'træk på lokale stedlige kapitaler'. Især er det dem, som der sidenhen ses nærmere på i de konkrete undersøgelser. Tilsvarende er Heilbrunn's mål for vertikale relationer, nemlig forekomst af lokale økonomiske infrastrukturer, erstattet med strategiske, extra-lokale netværk, der især handler om erhvervsmæssige samarbejdsrelationer.

Tabellen illustrerer virksomheders forskellige mix mellem vertikale relationer og træk på stedlige kapitaler og den potentielle virkning heraf i lokalsamfundet.

<sup>6</sup> Begrebet 'entrepreneurship' anvendes i dette teorignsnit på lige fod med iværksætteri. Det skyldes anvendelsen af engelsksproget litteratur.



Tabel 1. Mix af virksomheders forskellige rumlige relationer - og de lokale udtryk

<b>Vertikale relationer (lodrette)</b>			
<i>Extra-lokale strategiske netværk – høj</i>	Enkeltvirksomheder i vækst – afkoblede fra lokalsamfundet	Nye dynamiske, lokale økonomier	
<i>Extra-lokale strategiske netværk – lav</i>	Ingen eller svag udvikling	Latent udviklingspotentiale	
	<i>Lille</i>	<i>Stor</i>	<b>Træk på stedlige kapitaler</b>

Det centrale her er, at der sker en forskydning mellem micro- (virksomhed) og mesoniveau (lokalsamfund) i forhold til, hvorledes relationerne mixes. Stærke vertikale relationer sammen med store træk på stedlige kapitaler forplanter sig i lokalsamfundet og trækker det med ind i en udvikling, således at en dynamisk proces er igangsat. I den modsatte position findes koblingen mellem fraværet af vertikale relationer og svage eller ingen træk på stedlige kapitaler. Logisk set opstår den ved, at der ikke er virksomheder til at skabe eller bruge dem, eller at de er svagt fungerende, og at lokalsamfundet som basis ligeledes er sådan. I denne analyse finder vi ikke det scenario, da den jo tager udgangspunkt i ny, eksisterende erhvervsaktivitet. Men vi finder andre blandingsformer.

## Iværksætteri (entrepreneurship)

### Danske bidrag:

Umiddelbart er opmærksomheden og det meste af litteraturen om iværksætteri præget af enten sammenhænge til 'selvstændighedskulturen' eller til vækst, innovation og vækstområder. Begreber som 'vækstiværksættere' er særligt centrale, se f.eks. Erhvervs- og Byggestyrelsen (2011).

Der foreligger kun få undersøgelser af eller begrænset statistik om iværksættere i landdistrikter i Danmark. I det følgende skal resultater herfra trækkes frem.

På baggrund af en særkørsel fra Danmarks Statistik (Tanvig, 2003) kunne det vises, at iværksætterniveauet var proportionalt med befolkningstætheden: at der altså relativt set var langt flere iværksættere i en storby end i et tyndt befolket område. Den afslørede også, at der var forskelle på forekomsten af mænds og kvinders iværksætteri. Kvinders iværksættergrad – andelen af voksne, bosiddende kvinder, der etablerede sig som iværksættere i landdistrikter - var højere end mændenes, og især vestpå. Den tendens har vist sig at holde også i andre sammenhænge, f.eks. i Erhvervsfremmestyrelsen (2000) og i Erhvervs- og Byggestyrelsen (2010). Iværksættergraden har f.eks. i 2008 været højest på nogle af øerne, f.eks. på Læsø. Her var det især takket være kvindernes bidrag.

De undersøgelser giver ingen forklaringer, men sammenhænge mellem stedet og kønnenes bidrag til iværksætteri har dog næppe en genetisk forklaring. Under den aktuelle finanskrisen har det tilmed vist sig, at iværksættere i udkantsområder har en tendens til at klare sig bedre, se f.eks. eStatistik (2010)

Schøtt gennemførte en undersøgelse af iværksætteri i Vejle kommunes landdistrikter bl.a. sammenlignet med iværksættere i Vejle by (Schøtt, 2009). Her kom det frem, at iværksættere i landdistrikterne havde nogle særlige kendetegn: de var mindre, de mindste klarede sig bedst, personerne var relativt bedre uddannet og virkede lokalt forankrede socialt set.

Øvrige undersøgelser i Vejle-områdets landdistrikter har tilsvarende inspireret til at udforske forskellige former for iværksætteri og sætte forskellene i forbindelse med stedet, her landdistriktet. En undersøgelse (Tanvig, 2010a) er foretaget i to udvalgte caseområder. Den afslørede, at der var mange flere og også forskellige typer iværksættere, end 'man', herimellem de lokale borgere, selv var klar over. Det fremgik tydeligt, at bosætningsfaktoren havde størst forklaringskraft bag erhvervslokaliseringen, men ikke helt på samme måde for de forskellige typer iværksættere i undersøgelsen.

De kunne opdeles i almindelige iværksættere, vækstiværksættere og livsstilsiværksættere. For almindelige iværksættere var det deres lokale baggrund, samværet i fritiden og til dels med ligestillede erhvervskolleger, der prægede deres samhørighed med stedet. Mens der blandt livsstilsiværksætterne var en lidt større aktivitet i det lokale sociale miljø i det hele taget og en tendens til også i højere grad at lade 'stedet' smitte af i erhvervsaktiviteten. Vækstiværksætterne havde stort set ingen relationer til stedet (mere) og var på vej væk derfra. Den normale opfattelse af en iværksætter, som en der er drevet af trangen til selvstændighed, stolthed ved at drive egen virksomhed og ønsket om at få økonomisk succes med det, var altså ikke dækkende. Snarere handlede det om at finde livskvalitet og opnå det hele liv, og iværksætteraktiviteten var integreret i familielivet på bostedet og i mange tilfælde også kombineret med lønnet beskæftigelse andetsteds.

Mange af de nye erhvervsdrivende i ovenstående undersøgelse var kvinder. I en opfølgende undersøgelse blev deres iværksætteri (Tanvig, 2010b) analyseret yderligere, bl.a. gennem en række interviews med kvinder i et lokalt netværk for iværksætterkvinder i landdistrikter (KVILA). Her blev en anden tendens fundet, nemlig at der var forskelle på lokale og tilflyttere, selvom de stort set alle var livsstilsiværksættere.

Den forskel - om man er lokal eller tilflytter - er senere blevet yderligere dokumenteret og forklaret i Herslund & Tanvig (2012). I det arbejde blev ovenstående undersøgelser vedrørende kvindelige iværksættere sammenlignet med en undersøgelse af tilflyttede kvindelige iværksættere i et udkantsområde et andet sted i landet.

Ovenstående peger på, at der er mere mellem himmel og jord. Selv med anvendelse af det konventionelle iværksætterbegreb og statistikens almindelige mål kan det anes<sup>7</sup>. Flere af ovennævnte undersøgelser viser imidlertid også, at der er mange nye erhvervsdrivende, som er så små og anderledes, at de formentlig er faldet udenfor statistikken og virker usynlige for det system, der alene ser efter 'economic man' og hans iværksættervirksomhed.

### **Fra udlandet:**

I den engelsksprogede litteratur findes eksempler på supplerende og uddybende teorier om samspil mellem entrepreneurship og 'rurality'. Stathopoulou et al. (2004) arbejder f.eks. med en kontekst for 'rural entrepreneurship' bestå-

<sup>7</sup> Hermed forstås normalt indehaveren til en ny virksomhed, hvis aktiviteter mindst tæller op til et fuldtidsjob. Som også Erhvervsfremmestyrelsen (2000) har vist, er der andre former, måske især knyttende sig til videnskabs- og teknologisektorens udvikling og tendenser til nye organiseringer og netværksdannelser og derfor potentielt en del nye, som lades ude af betragtning med den tilgang.

ende af tre slags omgivelser, i princippet svarende til Rays kapitaler (op ref.): a. 'The physical environment', b. 'The social environment' og c. 'The economic environment'. De tre sæt strukturerer spiller sammen, hvor 'rurality' først og fremmest kommer til udtryk i relation til 'The physical environment', men at de to øvrige typer omgivelser interagerer med og tilpasser sig det element. De tre slags omgivelser underopdeles: 'Physical environment' består af 'location, natural resources, landscape'. 'Social environment' består af 'social capital, governance, cultural heritage'. 'Economic environment' består af 'infrastructure, business networks, ICTs'. De forskellige typer omgivelser vil reagere på og påvirke entrepreneurship. F.eks. finder forfatterne, at den faktor, som ellers ofte anses for en stor barriere, nemlig 'location' (f.eks. i form af afstand og manglende tilgængelighed) ikke nødvendigvis virker negativt ind, men kan medvirke til at fremme nye løsninger eller nyt brug af lokale ressourcer. Ligesom afstandsrelaterede barrierer, fysisk set, f.eks. kan overvindes gennem vertikale netværk og ICT. De skriver, at lokal værdiøgning kan ske ved at "commoditise local culture and revalorise place through its cultural identity" (markedsføre lokal kultur og skabe værdier til fordel for stedet baseret på kulturel identitet). Dette kaldes også kulturøkonomi.

Hvorfor og hvordan entrepreneurship kan virke og agere i sådanne sammenhænge belyses yderligere af bl.a. Bosworth (2009). Han ser en ny 'commercial counterurbanization' med en tilhørende form for entrepreneurship. Den adskiller sig fra den klassiske entrepreneurship fra den tidligere industrispredningsperiode, der især var præget af lokale og faglærte, som startede op inden for traditionelle erhverv. I 'commercial counterurbanisation' er det først og fremmest veluddannede personer, som flytter fra by til land og dér etablerer nye økonomiske aktiviteter. De vælger at flytte fra bysamfundet for at skabe sig et 'bedre liv' baseret på andre værdier. Som Tanvig (2010a; 2010b) har fundet, er det bosætningsfaktoren, som er styrende også for lokalisering af det nye erhverv. Nogle af dem havde ved tilflytning ikke tanke for at etablere ny virksomhed, og gjorde det efter tilflytning, fordi de opdagede muligheder herfor på stedet. Mens andre bevidst søgte stedet pga. dets særlige miljø eller stedlige ressourcer i forbindelse med planlagte erhverv. Bosworth finder tre former for entrepreneurship, som bl.a. adskiller sig fra hinanden igennem deres relationer til stedet: 1. lokale iværksættere (der typisk opererer inden for traditionelle erhverv og på lokale markeder), 2. tilflyttere som ikke havde planlagt at blive iværksættere og først besluttede det efter tilflytning og 3. tilflyttede iværksættere, som havde planlagt det.

Dette understreger igen, at stedet betyder og bruges forskelligt af forskellige typer iværksættere, og at det har at gøre med, om de er lokale eller tilflyttere. Forklaringen er, at man som tilflytter oftest selektivt har opsøgt stedet ud fra en forventning om at finde og opbygge identitet samt tilknytning, jf. Savage (2010). I så fald tillægges stedet og omgivelserne en værdi og en betydning, som nogle også benytter i økonomisk sammenhæng. Det kan kaldes 'embeddedness of entrepreneurship' (forankring af iværksætteri). Mens stedets særlige egenskaber for de lokale er skjulte eller aldrig set på som genstand for ny værdisætning.

I den sammenhæng skriver Kantaridis & Bika (2006), at 'embeddedness' kan være både fysisk/lokalt og ikke fysisk/extra-lokalt, og at forskellige typer en-

trepreneur har sådanne forskellige relationer. De opererer tilsvarende med tre typer: a. 'Local craftsmen' (almindelige iværksættere, typisk håndværkere), b. 'Opportunity driven entrepreneurs' (opdager muligheder for iværksætteri på stedet spontant efter tilflytning), c. 'Entrepreneurial professionals' (er uddannede til det, har 'altid' haft planerne)<sup>8</sup>. Tilflyttere er navnlig blandt de 'opportunity driven', men også mange 'entrepreneurial professionals' er tilflyttere. Relativt set er det hyppigst mænd, som er 'entrepreneurial professionals', hvorimod kvinder særligt hører til blandt de 'opportunity driven'.

'Local craftsmen' har de mest tætte lokale fysiske relationer (arbejdskraft, viden, marked). Måles der til gengæld på relationer og netværk, der ikke afgrænses fysisk, har 'opportunity driven entrepreneurs' de stærkeste, og det er disse typer relationer, der trækker de extra-lokale ressourcer ind i det lokale miljø. På den baggrund konkluderes, at det i mindre grad er fysiske afstande og i højere grad relationelle afstande, som har betydning for 'rural entrepreneurship'.

Anderson (2000) har sat begreb på den slags entrepreneurship, som han kalder 'the peripheral mode of entrepreneurship'. Han hefter sig tilsvarende ved, at veluddannede personer flytter fra bylivet til perifert beliggende samfund for at realisere 'quality of life' (det gode liv). De (gen)opdager stedlige ressourcer, som ofte tidligere har været det, som folk levede af på stedet. De (re)aktiverer og markedsfører, eller revaloriserer, disse stedlige ressourcer på nye måder, hvor det er deres videnbaggrund samt netværk, som gør det muligt. De interagerer således i og med stedet, i modsætning til den almindelige opfattelse af entrepreneurship, som traditionelt isolerer 'economic man' fra især den sociale og kulturelle, stedlige kontekst.

Jack & Anderson (2002) beskriver den særlige interaktion mellem entrepreneurship og det rurale landskab som en dynamisk proces, der både er til fordel for den individuelle iværksætter og for stedets værdier, fordi der er opstået et gensidigt afhængighedsforhold. F.eks. skal de stedlige værdier plejes og videreudvikles, for at erhvervsaktiviteterne fortsat kan trække på dem.

Når Anderson et al. (2010) derfor bemærker, at små virksomheder i periferien klarer sig bedre end små virksomheder i centrene i Skotland under den nuværende økonomiske krise, forklarer han det med, at de små har opnået en særlig samhørighed og interaktion i forhold til deres lokale omverden, hvilket tilsyneladende gør dem mere robuste. Det kan være forklaringen på den samme fundne tendens i Danmark, jf. tidligere.

De forskellige typer iværksætteri synes mao. at agere og reagere forskelligt i forhold til kontekst og det nye rum for udvikling. Man kan finde den lokale iværksætter med et erhverv, der i princippet kunne ligge mange andre steder, dvs. uden tydelig afsmitning fra stedets særlige ressourcer og hvor bindingen til stedet mest er sociale relationer og lokal efterspørgsel. Man kan også finde iværksætteri, som opsøger og inddrager særlige stedlige ressourcer med en blanding af sociale, kulturelle og økonomiske motiver og med eksterne, lokale input/output relationer. Det kan benævnes som integrerende iværksætteri.

Nedenfor er det skitseret, hvilke sammenhænge teorierne lægger op til vedr.

---

<sup>8</sup> De tre typer ligner de ovennævnte.

Tabel 2. Forskellige typer iværksættere og deres rumlige relationer

<b>Vertikale relationer</b>			
<i>Extra-lokale strategiske relationer – høj</i>	Vækstiværksætteri ('Managerial')	Integrerende iværksætteri (som 'peripheral mode of entrepreneurship') ('Opportunity driven', 'selective')	
<i>Extra-lokale strategiske relationer – lav</i>	Almindeligt iværksætteri ('Local')	Integrerende iværksætteri ('Opportunity driven')	
	<i>Lille</i>	<i>Stort</i>	<b>Træk på stedlige kapitaler</b>

det globale-lokale rum og hvorledes forskellige typer iværksættere skaber og agerer i det.

I venstre kolonne findes den type iværksætteri, som foregår uden eller med relativt svage relationer til stedet, mens højre kolonne modsat omfatter iværksætteri, hvor stedet spiller mere en mere markant rolle. Man kan diskutere indplaceringen af 'almindeligt iværksætteri' i den forstand, at det som regel udøves af lokale. Alligevel er pointen, at stedets betydning som regel er usynligt i deres erhverv. Det er 'branchebestemt' og kunne praktiseres identisk mange andre steder, f.eks. håndværk.

Når tabellen læses vandret fremgår det, at stærke extra-lokale strategiske relationer uden samtidige stærke lokale træk, tendentielt praktiseres af vækstiværksættere. Det indebærer isolerede aktiviteter, som også kan kaldes rodløse eller 'foot loose' altså med stor risiko for fraværet af lokaløkonomiske dynamikker. Efter teorien vil de næppe heller kunne få (vedvarende) succes i rurale landskaber. Den umiddelbart stærkeste position også for de lokale samfund skabes af integrerende iværksætteri med ambitioner om vækst, fordi de optimerer og mixer relationerne mellem det ikke lokale og det lokale og derved tilfører det lokale ny dynamik.





# Hovedspørgsmål og fremgangsmåder

## Hovedspørgsmål

Ovenstående teorier og tidligere undersøgelser understreger, at der er potentialer for forandring og udvikling i landdistrikterne. Teorierne lægger særligt op til potentialer for iværksætteri, som kan benytte de stedligt betingede ressourcer og bringe dem i spil i et globalt rum.

Det kan omsættes til to hovedspørgsmål i den nærmere undersøgelse:

- Findes der overhovedet iværksættere i landdistrikterne? Er de forskellige?
- Hvordan agerer iværksætterne i relation til deres kontekst (stedet og rummet), underforstået om de nye potentialer udnyttes?

Teorierne lægger desuden op til nye governanceformer (styring af udviklingen). Derfor er der stillet et yderligere hovedspørgsmål:

- Hvordan er samspillet mellem iværksættere og 'systemet' samt dets tilbud, når det gælder udvikling af iværksætteri i landdistrikterne?

## Caseområder

En undersøgelse af denne karakter forudsætter adgang til viden, som kun kan tilvejebringes ved en selvstændig dataindsamling, her som personlige interviews. I disse interviews sættes fokus på sammenhænge mellem de interviewede som personer, deres nye erhverv og de lokaliteter og relationer, de i øvrigt har. Fordi 'stedets' betydning er et vitalt tema og der behov for en relativt detaljeret viden om stederne, indebærer studierne desuden, at de skal foregå i et begrænset antal udvalgte caseområder for at kunne opnå et overblik og med de givne ressourcer.

Som tidligere beskrevet har to mindre undersøgelser ledt os på sporet. Begge er foretaget i en bestemt egn af landet, nemlig Vejle/Midtjyllands-områdets landdistrikter. For at opnå viden om forholdene i andre egne af landet, med bl.a. umiddelbart svagere tilgængelighed og mulige afstandsbarrierer, inkluderer denne undersøgelse andre typer caseområder. De to må forlods opfattes som udkantsområder mens det tredje ligger langt forholdsvis tæt på en storby.

Caseområderne er beliggende i kommunerne: Favrskov, Norddjurs og Thisted. Hvor Favrskov Kommune ligger relativt tæt på Århus, Randers og det østjyske bybånd, forbindes Norddjurs og Thisted Kommuner nærmere med udkantsområder. Inden for hver kommune er der udpeget to undersøgelsesområder. Det skyldes både et hensyn til at sikre en mulig variation også inden for kommunens grænse og sikre overskuelighed og ressourceoptimering bl.a. i forbindelse med de opsøgende interviews.

De udvalgte områder er relativt vilkårligt valgt af de lokale samarbejdspartnere i projektet. De er afgrænset som skoledistrikter, med mindre reguleringer i Favrskov. Her skal det påpeges, at de to forskellige delundersøgelelsesområder er betragtet som et fælles hele repræsenterende de pågældende kommuner i den efterfølgende analyse.

Undersøgelelsesområderne er:

- I Favrskov Kommune: Voldby og Voldum
- I Norddjurs Kommune: Nørager-Vivild og Lyngby-Trustrup
- I Thisted Kommune: Klitmøller-Sjørring og Tømmerby-Vesløs/Øsløs

Deres befolkningsmæssige størrelse og aldersbestemte potentiale for iværksæteri fås i nedenstående tabel.

Tabel 3. Antal 16-70 årige bosiddende i caseområderne, medio 2011

Voldby	Voldum	Nørager-Vivild	Lyngby-Trustrup	Klitmøller-Sjørring	Tømmerby-Vesløs/Øsløs
2378	1593	2466	1886	3.117	2.699

Kilde. GIS-baserede oplysninger fra de pågældende kommuner

## Undersøgelserne i de udvalgte områder

I hvert område er der gennemført to kombinerede delundersøgelser:

1. Telefonbaserede interviews med et udvalgt antal nye erhvervsdrivende, fundet i CVR registeret, se bilag 1. Først og fremmest havde disse interviews til formål at få et overblik over forekomsten og arten af iværksættere i områderne. Undersøgelsen foregik på baggrund af et semistruktureret spørgeskema. Skemaet findes i bilag 2. Tilsvarende findes anonymiserede svar på nogle af spørgsmålene i bilag 3, mens andre er ordret gengivet som eksempler i hovedteksten eller i deres fulde ordlyd i bilagene 4-11.
2. Personligt tilstedeværende interviews med flere repræsentanter for det integrerede iværksæteri, som blev fundet i telefonrunden. De er relativt vilkårligt udvalgt, bl.a. i forhold til tidsforbrug ved transport og praktiske muligheder for at aflægge besøg. Disse interviews varede typisk 1 1/2 time og tilstræbte uddybning af telefoninterviewet og at få mere viden om samspil med systemet, træk på rådgivning og støtteordninger, barrierer for udvikling og behov for tiltag. Sammen med telefoninterviewet blev hvert af disse interviews skrevet sammen til et referat, som efterfølgende er godkendt af de pågældende interviewpersoner. Referaterne findes i et særskilt kapitel i rapporten. I flere af tilfældene var der i øvrigt tale om mere end én ny erhvervsaktivitet på adressen, enten drevet af samme person, eller ved at flere i husstanden har etableret hvert sit nye erhverv. Derfor omfatter svarmaterialet flere nye erhverv end antallet af interviewede udgør.

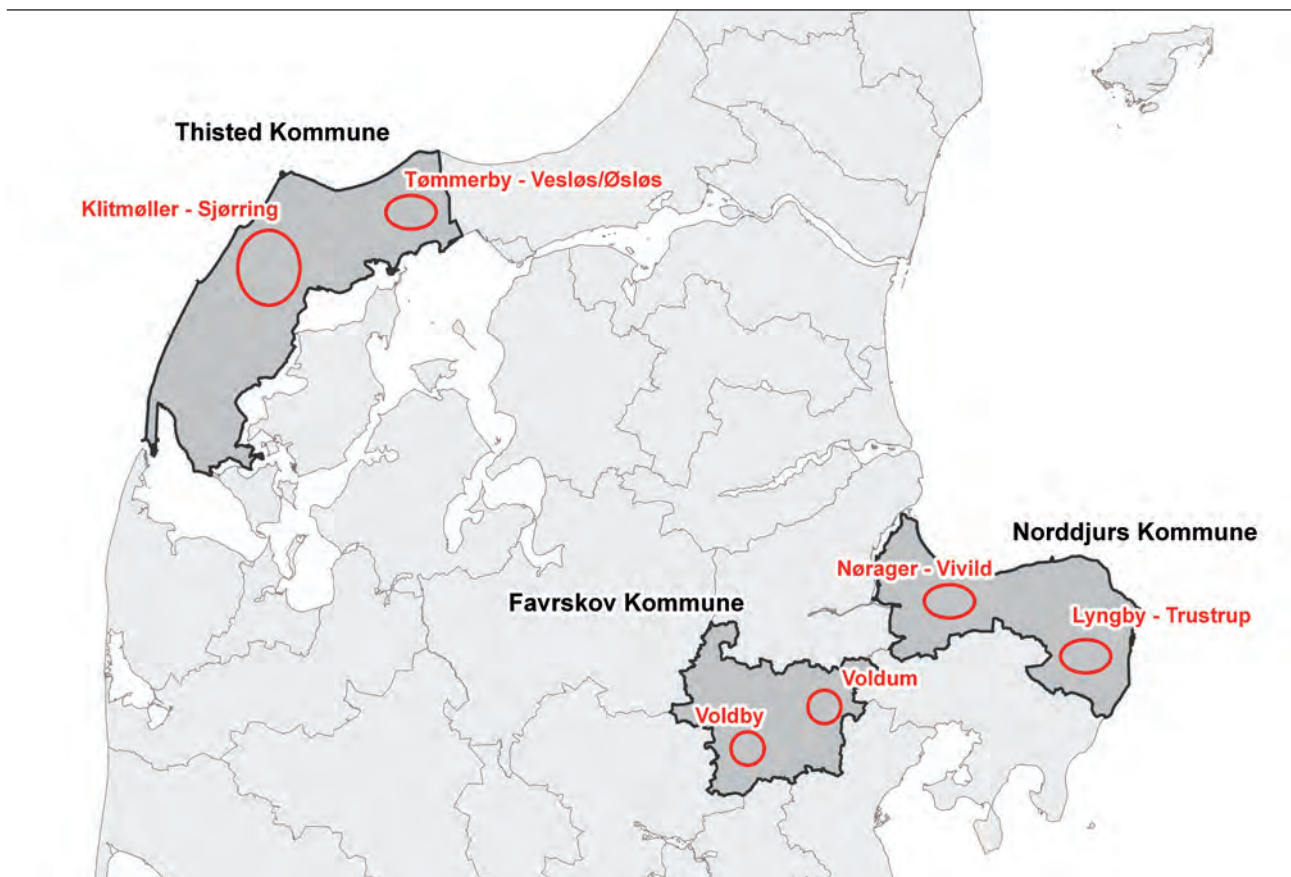
Som udgangspunkt skulle undersøgelsen omfatte alle nyetablerede erhverv, uanset f.eks. størrelse eller branche, for netop at kunne få indblik i bredden og variationerne. Det betyder, at også evt. nye erhvervsdrivende inden for jord-

brug indgår. Vi fandt dog kun to eksempler på nye heltidsjordbrugere, som i øvrigt i begge tilfælde 'bare' havde overtaget et eksisterende brug og ikke som stort set alle andre i undersøgelsen var startet fra bunden. Den ene ville ikke deltage i undersøgelsen. Desuden fandt vi enkelte eksempler på hobbylandbrugere, herunder et par skovdyrkere. Tilsvarende var der alene én gårdbutik iblandt, som i øvrigt ikke blev drevet fra en gård. Det fravær kan evt. kan forklares med, at gårdbutikker ved landbrug, i givet fald der er etableret sådanne i perioden i undersøgelsesområderne, er oprettet under et ældre CVR nummer tilhørende et bestående landbrug.

Indgangen var således CVR registeret, som i princippet rummer alle nyregistreringer uanset branchetilhørsforhold og andre strukturelle kendetegn. Vi valgte at afgrænse registeret ved at vælge dem ud, som var blevet registreret efter 1. januar 2005 og frem til interviewtidspunktet (foråret/tidlig sommer 2011).

Indledningsvist blev foreninger og holdingselskaber frasorteret. De umiddelbart relevante fik derefter tilsendt et postbesørget brev. Af brevet fremgik undersøgelsens formål og at de pågældende muligvis ville blive kontaktet telefonisk vedrørende et interview. I brevet fremgik desuden, hvem der kunne kontaktes om undersøgelsen i de pågældende kommuner, såfremt der var et ønske om det. Enkelte af disse henvendelser blev returneret af postvæsenet, fordi adressaten ikke fandtes på adressen.

Kort tid efter forsendelsen af brevene indledtes telefoninterviewrunden. Ca. hver 5. af de tilbageværende på listerne blev valgt ud. I mange tilfælde var det dog ikke muligt at opspore dem på internettet, i Kraks Vejviser eller på Google, som vi ellers brugte til at finde mere viden om dem og finde deres telefon-



numre. De måtte frasorteres. Det samme kom til at gælde for en del, som til trods for dog at kunne spores via nettet ikke kunne kontaktes, fordi der blev meddelt fejl eller manglende eksistens af telefonnummeret (både fasttelefon og mobiltelefon). I en del tilfælde, hvor der blev opnået kontakt, fremkom det desuden, at nogle ikke eksisterede mere som erhverv, eller ikke drev deres erhverv i det udvalgte undersøgelsesområde, men f.eks. i en by i nærheden. Mange måtte også ringes forgæves til adskillige gange over en periode, altså uden at opnå kontakt overhovedet. Også de måtte frasorteres. Til gengæld var det meget få, som efter kontakt ikke ønskede at blive interviewet. Det drejede sig om i alt to i hver af de tre kommuner.

I alle de 'frasorterede' tilfælde valgtes i stedet i princippet den næste nr. fem på listen. Søgeprocessen blev afsluttet i hvert caseområde, når der var opnået mindst 15 fuldførte interviews. I to af områderne blev det til 16 og i det sidste til 15.

Det betyder, at undersøgelsen omfatter 92 telefoninterviews, der er vilkårligt udvalgt, samt de efterfølgende uddybende interviews. Et krav om repræsentativitet kunne der af gode grunde ikke rejses, for der skulle ikke være tale om en indledende selektion. Det handlede alene om at opnå et tilstrækkeligt antal interviews fra de pågældende områder til at kunne afdække bredden og typer af iværksætterier og opnå besvarelser på hovedspørgsmålene i øvrigt.

Alligevel er det påfaldende, at undersøgelsen omfatter relativt flere kvindelige iværksættere, end gængs statistik ville pege på skulle forekomme. Se f.eks. Erhvervsstyrelsen (2000); Tanvig (2003). Især er det påfaldende, at de også er bedre repræsenteret i undersøgelsen, end de er i de pågældende CVR registre. Den tendens er ens i stort set alle undersøgelsesområderne. En primær forklaring kan være, at kvinderne bedre end mænd har kunnet træffes telefonisk og måske er mere aktive som erhvervsdrivende (i dagtimerne) end mændene.

Rigtig mange af dem, som måtte frasorteres ved søgning på nettet eller efter indledende kontakt, var da også mænd at dømme efter deres navne. Det skal bemærkes, at da vi både kontaktede fasttelefoner og mobiltelefoner, var det ikke afgørende, om man var til stede ved en fasttelefon (i domicilet eller hjemmet) på kontakttidspunktet.

## Typer af iværksætterier

Særligt væsentligt er det i undersøgelsen om iværksætteri, peger i retning af, at det nye globale rums muligheder forløses og altså ikke alene, om der findes iværksætteri.

Teorierne har udkrystalliseret to forskellige grundtyper: 1. 'economic man' med en isolerbar erhvervslogik (er afkoblet fra stedet og hverdagslivet) og 2. integrerende iværksætteri<sup>9</sup>, som er indlejret i stedet og hverdagslivet. De to må naturligvis anses for at være 'idealtyper' med mange mulige variationer. Ikke

<sup>9</sup> I tidligere undersøgelser f.eks. Tanvig (2010a) anvendes begrebet livsstilsiværksættere. Anvendt som dér, er der i princippet ikke forskel mellem det og integrerende iværksætteri. Problemet er imidlertid, at begrebet livsstilsiværksætteri kan give nogle fejlassociationer, i retning af eksotisme, hvor integrerende iværksætteri er en analytisk stringent og til dette brug en mere karakteriserende kategori.



mindst er der belæg fra både tidligere teori-afsnit og andre undersøgelser i Danmark for at skelne mellem den almindelige iværksætter og vækstiværksætteren, ligesom det integrerende iværksætteri kan tænkes at have forskellige udtryk. Som vi også skal se, blev der grund til at underopdele integreret iværksætteri i to.

Uden at have opgivet muligheden på forhånd i interviewsituationen svarede en række nemlig, at de så sig selv som den integrerende slags, men at de også havde ambitioner om, at erhvervsaktiviteten skulle blive større og opnå vækst.

Måden at identificere typerne på er først og fremmest sket ved at spørge interviewpersonerne om, hvem af tre beskrevne typer, de selv syntes de mest lignede, jf. formuleringer i spørgeguiden i bilaget. Deres svar er i analysen holdt op imod deres svar på en række andre spørgsmål. Som noget af det første blev der også foretaget et check på sammenhæng mellem, hvad folk selv syntes, og hvad de strukturelle kendetegn ved dem og deres erhverv lægger op til, se tabel 7. Den gengiver pæne overensstemmelser mellem deres udsagn (subjektive opfattelser) og de objektive kendetegn ved dem og deres erhverv.



*I denne landsby har unge valgt at bo og finde nye leveveje. Foto: Hanne Tanvig*



# Forekomst af og kendetegn ved forskellige typer iværksætteri

CVR registeret er utilstrækkelig, hvis man ønsker viden om det faktiske omfang af nyetablerede erhverv. Dette skyldes forskellige forhold. F.eks. indgår der registreringer, som ikke omfatter erhverv, men f.eks. foreninger, ligesom der indgår ældre firmaer, som 'blot' har fået en ny, formel status. Det er heller ikke altid opdateret, således at nogle, som ikke eksisterer længere, stadig fremgår. Tillige indgår der registreringer af nye erhverv på adresser, som ikke nødvendigvis er erhvervets domicil (længere). Ligesom der i mange tilfælde var flere registreringer af nye erhverv på samme adresse, i øvrigt som udtryk for at den samlede iværksætter-aktivitet er højere end antallet af iværksætterpersoner, og at nogles samlede aktiviteter også er større, end det ellers kunne se ud til ved første øjekast.

Med de forbehold kan antallet af registreringer fra de tre kommuners caseområder siden 2005 gøres op. I opgørelsens bruttotal er de foreninger og holdingselskaber, som umiddelbart kunne iagttages f.eks. gennem deres navn fjernet. Ved nærmere eftersyn blev en del andre fjernet. Det gælder i de tilfælde, hvor der var flere registreringer inden for samme enhed, f.eks. når et firma var delt op i flere forskellige juridiske enheder. Og når de pågældende ikke kunne spores/havde adresse uden for det pågældende område fundet ved søgning på adresse efter telefonnumre til brug for interviews. Det antal fremgår også af tabellen.

Tabel 4. Antal registreringer inden for caseområderne i CVR siden 2005

	F	N	T
Brutto	210	142	182
Fjernet efter nærmere eftersyn, kontakt og andre årsager	29	12	21
Netto	187	130	161

Forklaringer:

F = caseområder i Favrskov Kommune, N = caseområder i Norddjurs Kommune, T = caseområder i Thisted Kommune

Der er alene fjernet dem, som blev udtrukket mhp. nærmere kontakt, og der derfor fortsat er nogle tilbage, som ikke er blevet checket mhp. eksistens. Nettoantallet må derfor anses for at være højere i denne tabel, end det faktiske antal nye, reelt aktive erhvervsdrivende er i de pågældende områder. Til trods herfor må det konstateres, at der findes ganske mange nye erhvervsdrivende i de udvalgte områder.

Ved at sammenholde antallet af registrerede CVR numre i perioden, brutto og netto, med antallet af 16-70 årige bosiddende i de pågældende undersøgelsesområder, kan tyngden af iværksætteri eller iværksættergraden i områderne indikeres med ovenstående forbehold in mente.

Tabel 5. Antal CVR registreringer (brutto-netto) i forhold til antal 16-70 årige bosiddende i områderne, medio 2011

	F	N	T
Brutto	5,2	3,3	3,1
Netto	4,7	3,0	2,8

Forklaringer:

F = caseområder i Favrskov Kommune, N = caseområder i Norddjurs Kommune, T = caseområder i Thisted Kommune

Til trods for usikkerhederne viser tabellen, at iværksættergraden tegner sig som størst i Favrskov og mindst i Thisted. Den tendens svarer til, hvad mange undersøgelser i øvrigt siger, f.eks. Tanvig (2003), nemlig at iværksættergraden umiddelbart er størst i tæt befolkede og mindst i de tyndest befolkede områder.

Med udspiring i teorierne er det vigtigt, om de pågældende nye erhvervsdrivende repræsenterer forskellige former for iværksætteri. Fra teorierne og mindre undersøgelser (Tanvig, 2010a; 2010b) er der allerede kendskab til forskellige kendetegn ved de forskellige typer. Tabel 6 handler om fordelingen af deltagerne i denne undersøgelse. De interviewede har som tidligere beskrevet selv valgt deres type, jf. desuden spørgeguiden.

Tabel 6. Forekomsten af forskellige typer iværksætteri blandt de interviewede i de pågældende kommuner

	F	N	T	I alt
Vækstiværksætteri	2	2	1	5
Almindeligt iværksætteri	8	7	6	21
Integreret iværksætteri	16	14	16	46
Integreret iværksætteri med ambitioner om vækst	5	7	7	19
I alt	31	30	30*)	91

Forklaringer:

F = caseområder i Favrskov Kommune, N = caseområder i Norddjurs Kommune, T = caseområder i Thisted Kommune

Absolutte tal.

\*) Mangler svar fra en deltager.

Tabellen illustrerer, at der til trods for den tilsyneladende forskellige iværksætter-tæthed områderne imellem, er tale om en relativt ens repræsentation af integrerende iværksætteri. Det kan tolkes sådan, at integrerende iværksætteri kan være mere udbredt i tyndt end tæt befolkede områder.

Kendetegnene ved de forskellige typer fremgår i tabel 7. Her er vækstiværksætterne fjernet, fordi de er så fåtallige. De medtagne kendetegn er i øvrigt dem, som umiddelbart har kunnet opgøres på denne måde.

Tabel 7. Kendetegn ved de forskellige typer iværksættere i undersøgelsen

	Almindelig	Integreret	Integreret/ Vækst	Svar i alt abs.
Kvinde		+		35
Mand	*	+	*	57
Faglært	*	+		32
Boglig		+	*	51
Familie selvstændig	*	+		40
Tilflytter (mere end 20 km)		+	*	55
Avanceret service o.l.		+		30
O. 100.000 i omsætning	*	+	*	64
Fuldtidserhverv	*	+	*	49
Deltidserhverv, kombineret med andet		+		43
IT i markedsføring (nogle e-handel)		+	*	51
Extra-lokalt marked (nogle også lokalt)	*	+	*	66
Samarbejde med andre erhvervsdrivende	*	+	*	48
Udelukkende lokalt erhvervssamarbejde	*	+		36
Deltagelse i erhvervsnetværk		+	*	47
Aktiv i lokalsamfund		+		50
I alt	21	46	19	

Forklaringer:

+ = Absolut flest inden for typen

\* = Flere end halvdelen har kendetegnet

Det integrerende princip er præget af alle de oplyste kendetegn, vist med et +. Forklaringen er først og fremmest, at der i undersøgelsen er langt flere udøvere af det integrerede princip end af de øvrige. Ikke desto mindre afspejles, at det integrerede princip er et bredt fænomen med mange kendetegn bagved.

Det forskellige antal mænd og kvinder i undersøgelsen indvirker ligeledes på resultaterne samlet set, således at de mange mænd i forhold til antallet af kvinder bevirker, at de forlods tæller godt med blandt udøvere af det integrerede iværksætteri. Men det viser sig særligt udbredt blandt kvinderne. Tilsvarende er det udpræget, at integreret iværksætteri knytter sig til brancher som avancerede services og drives på deltidspå, ligesom udøverne er særligt aktive i deres lokalsamfund.

Når der ses på, om flere end halvdelen inden for gruppen har svaret sådan, angivet ved et \*, nuanceres billedet betragteligt. Her kommer det tydeligt frem, at:

- Tendensen for almindelige iværksætteres vedkommende er: mænd, faglærte, tradition for selvstændighed i familien, aktiviteten er fuldtidserhverv, extra-lokalt marked, samarbejde med andre erhvervsdrivende, som især er lokale.
- Tendensen for integrerende iværksætteri særligt er: mænd (og kvinder), boglige, tilflyttere, mere end hobbyaktivitet (men ofte på deltidspå), extra-lokalt marked, deltagelse i erhvervsnetværk, aktive i lokalsamfund.
- Tendensen for integrerende iværksætteri med ambitioner om vækst er: mænd, boglige, tilflyttere, fuldtidserhverv, IT i markedsføring, extra-lokalt marked, samarbejder med andre erhvervsdrivende, deltager i erhvervsnetværk.

Disse resultater stemmer ganske godt overens med teoriernes billeder af de for-

skellige typer: den 'gamle' og lokalt rundede type overfor de nye, som generelt har andre relationer, både indadtil (i lokalsamfundet) og udadtil (IT, netværk etc.). Tabel 2's forventninger om sammenhænge synes altså at kunne bekræftes på dette niveau.

I undersøgelsen er der spurgt til mange flere facetter, som ovenstående opgørelsesmetode ikke kan rumme. Til gengæld vil de blive inddraget i de nærmere analyser i de efterfølgende kapitler. En af dem er f.eks., hvorledes de stedlige kapitaler spiller ind.



# Iværksættere i landdistrikterne – hvem er de og hvad kendetegner deres nye erhverv?

I dette kapitel skal de nye erhvervsdrivendes kendetegn uddybes. Det gælder i forhold til deres personlige baggrunde og deres erhvervsaktiviteter. Analysen udspringer af telefoninterviewene og der sondres ikke klart mellem de to hovedtyper af iværksætter, de almindelige og de integrerende, her i første omgang. Snarere ledes efter helt grundlæggende træk, f.eks. om der eksisterer iværksætteri i undersøgelsesområderne overhovedet og hvad der grundlæggende kendetegner det.

Det handler også om evt. forskelle, som kan relateres til den forskellige beliggenhed i landet<sup>10</sup>.



Også en iværksætter? Foto: Hanne Tanvig

## Personlige baggrunde og motiver for at etablere de nye erhverv

I undersøgelsen indgår stort set lige mange fra hver af de tre kommuner og i alt udgør de 92 personer.

---

<sup>10</sup> En yderligere underopdeling med både en inddeling efter områder og efter forskellige iværksættertyster ville kræve et væsentligt større kildegrundlag, end metoden og ressourcerne har kunnet bære. I et senere kapitel går til gengæld tæt på den mest markante form for iværksætteri, den integrerende.

Tabel 8. Personlige baggrunde blandt deltagere i undersøgelsen

	I alt	F	N	T	Svar i alt, abs.
Andel kvinder/mænd	38/62				92
Andel o. 40 år	53	-	+	+	92
Andel faglærte	32	+	+	-	90
Andel boglige	61	-	-		90
Andel familier med børn	53	+		-	90

Forklaringer:

F = caseområder i Favrskov Kommune, N = caseområder i Norddjurs Kommune, T = caseområder i Thisted Kommune

Manglende tegn = stort set samme tendens

+ = væsentligt større tendens

- = væsentligt mindre tendens

Der er flere mænd end kvinder med i undersøgelsen, og det gælder i alle tre kommuner. Alligevel deltager relativt flere kvinder i denne undersøgelse, end man normalt finder i iværksætterundersøgelser og statistik om iværksætteri.

Beboere og iværksættere i landdistrikter og især i udkantsområder er relativt modne aldersmæssigt, se f.eks. Tanvig (2010a; b). Men det gælder også deltagerne i denne undersøgelse, især dog iværksætterne i Norddjurs og Thisted Kommuner, mens deltagerne i Favrskov er markant yngre.

Ses på uddannelsessiden fremkommer det, at langt flere har en boglig end en faglært uddannelse. Dette er et tegn på de 'nye tider'. Igen fordeler de sig dog ikke helt ens i kommunerne, hvor de faglærte er mere udpræget forekommende blandt deltagerne i Favrskov og Norddjurs, og de boglige til gengæld er mere udbredte i Thisted. Det skal bemærkes, at der her ikke er medtaget dem, som ikke har nogen uddannelse overhovedet, hvilke dog også var ganske få.

Fordelingen afspejler næppe den gennemsnitlige fordeling af uddannelser i de pågældende områder. Især i Thisted og i Norddjurs er der forholdsvis få bogligt uddannede og i stedet mange ufaglærte eller faglærte set i forhold landet under et. Den umiddelbare anderledes repræsentation skyldes utvivlsomt, at mange af de nye erhvervsdrivende er tilflyttere med uddannelse og som altså flytter til med en anden baggrund, end de lokale normalt har. Det vil senere fremgå, at tilflyttere til de tre områder også er forskellige områdevist.

De aldersmæssige forskelle forplanter sig utvivlsomt i familiestatus. Interviewpersonerne i Favrskov er således langt oftere medlemmer af børnefamilier end personerne i de to andre kommuner er.

Myten om selvstændighedstrangen eller –kulturen som den drivende kraft for iværksætteri er udbredt, jf. tidligere. Denne undersøgelse understreger imidlertid, at det ikke tydeligvist primært er selvstændighedstrangen eller – kulturen, som slår igennem. Der anføres mange andre motiver, jf. bilag 4. I bilaget er udsagn om selvstændighedstrangen som et formuleret motiv markeret med kursiv, og man vil kunne bemærke at de ikke er i flertal.

Nedenfor er der gengivet et lille udvalg af de mange udsagn om motiver.

- Fordi det er sjovt, lyst til at udvikle mit eget
- Altid haft interesse for dyr, kunne kombinere med private behov
- Luftforandring og mulighed for at drive erhverv hjemmefra
- Ville gerne kunne være hjemme og have noget at falde tilbage på
- Livsdrøm, livskvalitet, muligheder på gården
- Var på kursus og blev bidt af det.
- Startet som en hobby, der er vokset.
- Spændende og meningsfuldt for en i min alder prøve noget andet
- Inspireret af kontorfællesskabet

Mange motiver er i øvrigt formuleret som en slags brud eller ønsker om ændringer i tilværelsen, og ofte er der tale om brud i forbindelse med tilflytning, se bilag 4.

I interviewene blev der også spurgt til, om der var tradition i familien for selvstændighed, f.eks. om forældre har eller havde egen virksomhed. Blandt besvarelserne var der tale om dette i ca. halvdelen af tilfældene. Det var således mere almindeligt end selv at have 'selvstændighedstrangen'. Tendensen var mest udbredt i Norddjurs. Dette antyder et 'generationsskift', altså at selvstændighedskulturen var mere udbredt tidligere.

## **De nye erhvervsaktiviteters art, omfang og deltagernes forventninger til udvikling**

Det må forventes, at de nye erhvervsaktiviteter er meget forskellige både i art og omfang, og f.eks. kan have rod i de oprindelige erhvervsstrukturer i områderne. Mens nye erhvervstyper, der udspringer af videnøkonomien og nye teknologiske muligheder, også vil kunne findes, f.eks. i form af avancerede services. I bilag 5 er de mange forskellige aktiviteter listet op med de ord, som fremkom i telefoninterviewene. Det fremgår, at rigtig mange beskæftiger sig med aktiviteter, der kan forbindes med avancerede services. Mens ikke så mange kan placeres ind under mere traditionelle erhverv så som håndværk, produktion, rengøring og mere traditionelle services.

Nedenfor er vist enkelte eksempler på de nye erhvervs funktion og art. Se også bilag 5.

- Freelance konsulent IT
- Forhandler tilbehør til dametøj (forretning og webshop)
- Leverancer og drift af containere internationalt
- Import og salg af bambusprodukter (e-handel og torv)
- E-handel med hundetilbehør
- Tømrer- og snedkervirksomhed
- Undervisning, coaching, formidling
- Rådgivende ingeniørvirksomhed



Nedlagte landbrugsejendomme er et mekka for nye typer iværksættere. Foto: Hanne Tanvig

- E-handel med smykker
- Kunstner, salg, lidt kursusaktivitet
- Journalist/medier/ sprog
- Naturovervågning (af fugle) samt IT

Tabel 9. Forskellige træk ved de nye erhverv i undersøgelsen

	I alt	F	N	T	Svar I alt, abs.
Andel, omsætning o.kr. 100.000 (2010/2011)	70	-	+		92
Andel, heltidsbasis	54	+		-	91
Andel, ansatte/eget tilknyttet personale	36		+	-	91
Andel, extra-lokalt marked	81				89
Andel, IT i markedsføring (inkl. e-handel)	57			-	91
Andel, forventninger om fremtid som nu	50	-	+		86

Forklaringer:

F = caseområder i Favrskov Kommune, N = caseområder i Norddjurs Kommune, T = caseområder i Thisted Kommune

Manglende tegn = stort set samme tendens

+ = væsentligt større tendens

- = væsentligt mindre tendens

I denne undersøgelse betragtes alle de deltagendes aktiviteter som erhverv, hvor der ellers ofte skelnes mellem erhverv og hobby, f.eks. i statistikken. Grænsen sættes i så fald ved en omsætning på kr. 100.000. Ved at gøre det samme her findes, at de fleste ligger over hobby-niveauet, og især i Norddjurs Kommune.

Lidt over halvdelen er også heltidserhverv og eneste indtægtskilde, hvor den anden halvdel er erhvervsdrivende, som har andre indtægtskilder. Herimellem er der imidlertid nogle, som driver flere små nye erhverv 'side om side', således at antallet af heltidserhverv reelt er lidt højere.

Det er en udbredt opfattelse, at mange små erhverv i landdistrikter først og fremmest agerer på de lokale markeder. Resultaterne i denne undersøgelse siger det modsatte. Måske ligger det i kortene al den stund, at de mange avancerede services næppe kunne sikre sig et tilstrækkeligt stort kundegrundlag til deres specialiserede ydelser i så fald. Mange har (derfor) markeder ikke alene i landsdelen men også i det øvrige Danmark og nogle i udlandet. Fordelingen er nogenlunde ens blandt de tre kommuners deltagere.

At markedsføringen ikke primært sker på de lokale markeder, hænger også naturligt sammen med anvendelsen af IT i markedsføringen og for en dels vedkommende, at de sælger via internettet. Det sker i lidt varierende omfang i de tre kommuner. Tidligere er det påpeget, at anvendelse af IT i markedsføringen er særligt udbredt blandt integrerende iværksætteri med ambitioner om vækst, men da deres antal ikke er så stort, slår det ikke tydeligt igennem i tabellens gennemsnitstal.

Svar på spørgsmålet om forventninger til fremtiden er præget af finanskrisen, der i interviewsituationen hang som en sort sky over mange af de implicerede. Ca. halvdelen er indstillet på, at fremtiden nogenlunde bliver som nu. Den anden halvdel imødeser store forandringer. Det er især i form af vækst, enkelte dog i form af forventninger om nedlukning. Dem, som forventer vækst, findes der relativt set flest af i Favrskov. Muligvis kan det forklares med, at det også er her, der relativt set er flest med lav omsætning.

Nedenfor er eksempler på bemærkninger om forventninger til fremtiden oplyst. Der henvises i øvrigt til bilag 6.

- Der skal ske vækst/blive mere kendt og troværdig
- Lukker virksomheden, går ellers godt nok, men foretrækker en ansættelse
- Vækst og innovation er i sigte
- Store potentialer globalt, forventer stor ekspansion
- Flytter tyngden over på anden erhvervsaktivitet
- Firmaet skal vokse og skabe lokale arbejdspladser
- Vil vokse til fuldtidserhverv

## **Lokalisering og de nye erhvervsdrivendes relationer til stedet**

Fordi der er mange tilflyttere, og fordi mange driver integrerende iværksætteri, må det formodes, at 'stedet' spiller en strategisk rolle. I det følgende skal valg af lokalisering og stedets betydning for de nye erhvervsdrivende uddybes.

Indledningsvist kan der sammenfattes som i nedenstående tabeller.



Tabel 10. Valg af lokalisering

	I alt	F	N	T	Svar i alt, abs.
Andel tilflyttere	63				86
Andel erhverv på bopæl	84				92
Andel valg af bopæl før etablering af nyt erhverv	80	-	-		86
Andel lokaliseret på et nedlagt landbrug	42		+	-	89
Andel erklæret lokalisering pga. 'stedets' attraktion	52	-	+		86
Andel erhverv ikke flytte	80	-			90
Andel deltagelse i lokale arrangementer	56	-	+	+	90

Forklaringer:

F = caseområder i Favrskov Kommune, N = caseområder i Norddjurs Kommune, T = caseområder i Thisted Kommune

Manglende tegn = stort set samme tendens

+ = væsentligt større tendens

- = væsentligt mindre tendens

Det skal tilføjes, at valget af lokalisering kunne besvares med andre faktorer end stedets attraktion, f.eks. husets pris eller sociale relationer i området, men alligevel var 'attraktionen' af større betydning.

Tabellen udtrykker, at omfanget af tilflyttere blandt de nye erhvervsdrivende er nogenlunde ens i de forskellige områder. Tydeligvis er det bopælen og valget af samme, også for de lokale, som bestemmer valget af domicil for de nye erhverv. De nye erhverv er oftest lokaliseret på bopælen, og valget af bopæl er som regel foretaget før beslutningen om opstart af de nye erhverv. Her skal det tilføjes, at nogle desuden har svaret, at valg af bopæl fandt sted samtidigt med opstart af nyt erhverv. I Favrskov og Norddjurs skyldes den mindre afvigelse fra gennemsnittet i nogle tilfælde, at erhvervet er etableret samtidigt med valget af bopæl.

Stedets ressourcer kan være mangeartede. De kan være fysiske i den forstand, at f.eks. nedlagte landbrug tiltrækker med deres ledige bygninger og små jordtilliggende. I betragtning af deres antal i forhold til den øvrige boligmasse må det siges at være ganske mange af de nye erhvervsdrivende, der har fundet sådanne potentialer. Det gælder særligt i Norddjurs, hvor det også må formodes, at landbruget tidligere har spillet en relativt større rolle og dermed som udgangspunkt nu giver størst mulighed for lediggjorte ressourcer. Til gengæld er der mange i Thisted-undersøgelsen, som har valgt at flytte ind i tidligere fiskerboliger og landhuse.

Stedets ressourcer anføres af de adspurgte som regel til at være naturen og områdets herligheder. I tabellen er det anført som 'stedet', i modsætning til f.eks. at det var en billig bolig eller familieforhold, som udløste tilvalget af bopæl. Det er lidt flere end halvdelen, der tillægger naturen og områdets herlighed en afgørende betydning for deres bosætning og placering af det nye erhverv, dog relativt færre i Favrskov og relativt flere i Norddjurs.

Bopæls betydning er også stor, idet de fleste ikke forventer at skulle flytte deres erhverv i fremtiden. Enkelte forventer dog helt at lukke erhvervet og enkelte andre, at det skal flyttes, fordi der er pladsbehov, men ikke langt fra væk fra bopælen.



Stedets betydning kan desuden have en social og kulturel side, således f.eks. involvering i lokale aktiviteter. Lidt flere end halvdelen er da også aktive i det lokale liv. I Favrskov synes det at være mindre udbredt, mens det i Norddjurs og Thisted forekommer at være mere udbredt.

I undersøgelsen blev deltagerne bedt om at vægte forskellige lokaliseringsfaktorer for at belyse stedets betydning på en anden måde.

Tabel 11. Vægtning af forskellige lokaliseringsfaktorer

	Middelværdi	F	N	T	Svar i alt, abs.
God plads	3.0	-	+		84
Lav husleje	4.2			-	82
Naturen i nærheden	4.2	-		+	83
Naturen/stedet kan bruges i min forretning	2.9	-	+	+	84
Der er et lokalt fællesskab	3.7	-			84
Bopæl og evt. familie er i nærheden	4.1				80

Forklaringer:

De adspurgte skulle vægte de enkelte faktorer på en skala fra 1-5.

F = caseområder i Favrskov Kommune, N = caseområder i Norddjurs Kommune, T = caseområder i Thisted Kommune

Manglende tegn = stort set samme tendens

+ = væsentligt større tendens

- = væsentligt mindre tendens

Umiddelbart er 'lav husleje', 'naturen i nærheden' og 'bopæl og evt. familie i nærheden' af størst betydning for lokaliseringen. Tendensen er imidlertid også, at deltagerne i Favrskov generelt set tillægger de fleste faktorer mindre betydning end deltagerne i de to øvrige kommuner gør. Tendensen i svarene følger tidligere fundne tendenser.

Et indtryk af mange af deltagernes motiver for lokalisering fås i nedenstående eksempler.

- Ville ud af byen og bo på landet
- Ledig grund i nærhed til natur
- Billigt hus
- Er lokal/vendt hjem
- Følte det som mit tilhørssted
- Mere plads og luft rundt om huset
- Stedet og prisen
- Flyttet til pga. surfing og egnen
- Ønskede at skifte livsstil, få andre værdier, komme tæt på naturen, arbejdsro

Jf. bilag 7 afspejler udsagnene i øvrigt, at det især er forhold omkring selve boligen, f.eks. prisen, der fremhæves i Favrskov, mens det i Norddjurs og Thisted i højere grad er forhold omkring stedet, identitet og sociale relationer, som er tegn på det integrerende iværksætteri.

Langt hovedparten driver deres erhverv fra bopælen. Det skinner også tydeligt

igennem i mange af de udsagn, som findes i bilag 8. Tilsvarende skinner selve erhvervets karakter igennem: at det som regel ikke er fysisk pladskrævende og ikke har behov for at skille sig ud som en synligt selvstændig virksomhed.

Neden for er der gengivet et udvalg af faktorer, som tillægges vægt ved lokaliseringen af erhvervet.

- Der er ikke grund til anden adresse, kan drive det derhjemmefra
- Strategisk beliggenhed for forretningen
- Det er praktisk, tager ud
- Faciliteterne var til stede på ejendommen
- For at reducere udgifter/men har haft kontor andetsteds
- En webshop kræver ikke så megen plads
- Være derhjemme, have/naturen som inspiration
- Pga. et dynamisk bofællesskab
- Det er oplagt, når der er jord til ejendommen
- Der er ikke andre behov, kører ud fra hjemmet
- Det er flexibelt og nemt
- Praktisk at have en hjemmearbejdsplads, bruger naturen som inspiration

Betydningen af en beliggenhed i landdistriktet til forskel fra i en stor by blev de interviewede ligeledes bedt om at forholde sig til. Igen understreger svarene, at betydningen som regel er positiv, hvilket samtidigt punkterer en udbredt opfattelse af, at en sådan beliggenhed primært giver betydelige ulemper.

I bilag 9 ses, at man i Favrskov ikke beskriver de positive sider ved den landlige beliggenhed i helt så klare vendinger, som man gør det i de andre områder. Mange her svarer f.eks. også, at der ingen forskel er. Blandt dem, som finder forskel, udtrykkes i højere grad forhold vedrørende dårlig tilgængelighed eller svag fysisk kundekontakt, end i de to øvrige områder. I de øvrige områder er der større tilbøjelighed til at udtrykke sig positivt om stedlige relationer, eller at man tilpasse sig, foruden at flere tilmed ser bedre mulighed for at komme tæt på kunder.

Her følger enkelte eksempler på udsagn om betydningen af en beliggenhed i et landdistrikt.

- Økonomisk fordel, lavere udgifter
- Kunne ikke drive mit erhverv i en by
- Ulempe, lavere tilgængelighed
- Kan ikke bo i en by
- Ro, inspiration, lokalt samarbejde men: langt fra sit marked/et problem
- Kunder kommer ikke forbi i samme grad, hvorfor der satses mere på kursusaktivitet end på handel
- Vi har gratis markedsføring pga. det specielle sted, færre konkurrenter/IT betyder at det kan lade sig gøre
- Videreudvikling af min kunst, men langt til kunder, gallerier m.v.
- Området og miljøet bruger jeg i min forretning, men IT forsyning er kritisk

## De nye erhvervs relationer til andre erhverv

Langt de fleste af deltagerne driver ganske små erhverv, som primært er lokaliseret i sammenhæng med bopæl og af årsager, som ikke kan siges at være udtryk for klassisk virksomhedstænkning. Det er snarere sociale og stedlige relationer, som tæller. I teorierne peges imidlertid på, at måden at 'overkomme' eller nyttiggøre sådanne stedlige relationer bl.a. kan ske gennem deltagelse i strategisk-økonomisk funderede netværk.

Tabel 12. Relationer til andre erhverv og netværk

	I alt	F	N	T	Svar i alt, abs.
Andel, samarbejde med andre erhvervsdrivende	60	+		-	88
Andel, udelukkende lokalt erhvervssamarbejde	75				52
Andel, deltagelse i erhvervsnetværk i øvrigt	60		+	-	86

Forklaringer:

F = caseområder i Favrskov, N = caseområder i Norddjurs, T = caseområder i Thisted

Manglende tegn = stort set samme tendens

+ = væsentligt større tendens

- = væsentligt mindre tendens

Lidt flere end gennemsnittet giver udtryk for at have et samarbejde med andre erhvervsdrivende af stor betydning for deres nye erhverv. Som det fremgår samarbejdes særligt med andre lokale erhvervsdrivende.

Deltagelse i erhvervsnetværk kan forstås mere bredt og åbent end erhvervssamarbejde. Det kan f.eks. være i erfa-grupper og uformelle alliancer, hvor erhvervssamarbejdet oftere handler om ordrer. Lidt flere end halvdelen deltager i erhvervsnetværk, og i samtalerne blev det klart, at netværkene er utroligt forskellige og geografisk vidtrækkende, f.eks. internationale. I denne sammenhæng afviger især deltagerne i Thisted generelt set, idet de sjældnere har erhvervssamarbejde og deltager i netværk end de øvrige.

I forhold til de indledende teorier om betydningen af især extra-lokale strategiske relationer i det nye rum, antyder ovenstående resultater, at mange af de nye erhvervsdrivende kunne stå stærkere på det punkt.

## Relationer til 'systemets' tilbud – rådgivning, støtteordninger o.l.

I forlængelse af teorierne er relationerne til 'governance', rådgivning, støtteordninger o.l. er stort spørgsmål. Teorier giver ideer om, at erhvervssystemet mest har blik for 'economic man' i form af den almindelige iværksætter, hvis der overhovedet er et blik for ny erhvervsudvikling i de områder. Teorier siger desuden, at ny form for 'governance' i vid udstrækning er baseret på projekt-mageres egne initiativer og tiltrækning af støtte fra puljer og fonde, hvorfor det er relevant også at spørge til den form for aktivitet.

Tabel 13. Træk på rådgivning

	I alt	F	N	T	Antal, abs.
Andel, uformel rådgivning	71				87
Andel, trukket på branchefaglig viden	31				88
Andel, trukket på lokal erhvervsservice o.l.	21*)				88

Forklaringer:

F = caseområder i Favrskov, N = caseområder i Norddjurs, T = caseområder i Thisted

Manglende tegn = tendensen ens

+ = væsentligt større tendens

- = væsentligt mindre tendens

\*) Så få at de ikke kan fordeles på områder. De to ovenfor er nogenlunde ens forekommende.

Tabellen illustrerer, at deltageres træk på systemets tilbud af rådgivning (ifm. etableringen af det nye erhverv) har været ret begrænset. Det har til gengæld været almindeligt at rådføre sig med familie, venner og kolleger. Tendensen er ens i de tre kommuner, hvilket også sender et signal om, at forklaringen ikke i sig selv er de lokale tilbud og serviceniveauer, som netop er forskellige.

På spørgsmål om brug af støtteordninger bliver det ydermere bestyrket, at den form for governance heller ikke har haft synderlig indflydelse. Kun ganske få havde benyttet sig af støtteordninger i forbindelse med erhvervet, i så fald oftest til at kunne købe basal rådgivning. Kun enkelte var og er involveret i andre slags projektaktiviteter, f.eks. støttede innovationsprojekter. Generelt var man ikke bekendt med eksistensen af evt. relevante støtteordninger.

Støtteordninger til fordel for 'landdistriktsudvikling' bredere set, f.eks. via LAGs, er tilsvarende et ukendt fænomen for de fleste af deltagerne i undersøgelsen.

Trækket på den uformelle rådgivning frem for erhvervssystemets tilbud kan formentlig begrundes med, at de fleste nye erhverv ikke udspringer af en klassisk erhvervslogik men af en logik, der har med sociale, kulturelle og stedlige relationer at gøre. Det kan muligvis også forklare, at langt de fleste giver udtryk for slet ikke at kende til systemets aktører og tilbud bredere set, f. eks. kommunal service, og som flere meddelte: "Måske havde vi dog brugt dem, hvis vi kendte dem".

Blandt de få, som kendte systemets aktører og forskellige støtteordninger, var det i øvrigt påfaldende, at det som regel er i forbindelse med projektaktivitet i lokalsamfundet frem for de pågældendes eget erhverv. Under alle omstændigheder kan det konstateres, at systemet og evt. tiltag fra systemets side samt støtteordninger har haft en begrænset indflydelse på tiltrækningen af de nye erhvervsdrivende i områderne. Det afslører den ringe kontaktflade og kendskab til mulighederne.

## Barrierer for udvikling og behov for tiltag – udtrykt af deltagerne

Selv om deltagerne sjældent har benyttet sig af forskellige former for støttestrukturer og heller ikke virker fortrolige med evt. muligheder, gav de dog i in-

interviewene udtryk for både barrierer og muligheder for tiltag, som evt. kunne understøtte deres og andre små erhvervs udvikling.

Finanskrisen bevirker, at mange ofte nævner den som et helt afgørende problem for deres erhvervs udvikling, men der fremkommer også andre typer udsagn.

Nedenfor findes eksempler på sådanne udsagn, mens der henvises til bilag 10 for de samlede besvarelser. Umiddelbart fremstår udsagnene relativt ensartet områderne imellem.

- Bankens risikovillighed
- Kunderne er tilbageholdende/køber ikke så meget
- Kommunen træls at danse med, mangler ofte kompetence
- At blive bedre kendt
- Træls med bogføring og regnskab
- Tiden, hvor det administrative tager for meget fra det, som er sjovt
- Usikkerhed om fremtiden
- Få fritidserhvervet, fuldtidsarbejdet og familielivet til at nå sammen
- At opnå det store gennembrud i udlandet

Der foreligger kun svar fra den telefonbaserede undersøgelse fra Thisted-delen på, hvad det offentlige så evt. kunne bidrage med<sup>11</sup>. Et uddrag af udsagn om tiltag følger nedenfor, idet der henvises til bilag 11.

- Kommunen skulle entrere med lokale erhverv og hjælpe flere til at komme i gang
- Bringe erhvervsliv og kunstnere tættere sammen
- Sikre en meget bedre mobildækning og IT-forsyning
- Satse på ordentlige lokaler til kontorfællesskaber (bedre plads) samt god IT forsyning
- Gøre det lettere administrativt, etablere en mellemting så man kunne koncentrere sig om det faglige
- Afsætte mindre beløb til små virksomheder, som med dem kunne købe hjælp efter deres særlige behov dér hvor den findes (lokal erhvervsrådgivning på tværs af alle (brancher) er ikke tilstrækkelig)
- Det er vigtigt at give de små samfund mulighed for at rejse sig, understøtte pionerer og arbejde imod centralisering

Der blev ikke spurgt ind til, hvem i det offentlige, der især kunne bidrage. Her skal det tilføjes, at deltagerne i Klitmøller var særligt optaget af etablering af fælles faciliteter for at tiltrække flere til det samarbejde, som allerede findes mellem flere små erhverv og stedets/fællesskabets udvikling i øvrigt.

---

<sup>11</sup> Årsagen til de manglende svar fra de to andre undersøgelsesområder er dels tidsmæssigt, idet mange, især i Favrskov, havde kort tid til at deltage og andre spørgsmål derfor blev prioriteret og dels at flere ganske vist svarede, men meget ukonkret. Disse mangler opvejes af, at der gøres mere ud af de uddybende interview, hvor dette spørgsmål står mere centralt, se senere.

I det følgende fremkommer mere om samspil med 'systemet' og dets tilbud, idet de uddybende interviews gav flere bud.



# Eksempler på integrerende iværksætteri

Undersøgelsen påviser samlet set, at forskellige typer iværksættere gør sig gældende i danske landdistrikter, men at især den type, som praktiserer integreret iværksætteri, synes at bruge og drage fordel af beliggenheden i et landdistrikt. I det følgende skal der gives et mere dybtgående indblik i den type iværksætteri og dens relationer til omgivelserne, både udadtil (extra-lokalt) og indadtil (lokal). Desuden beskrives deres relationer til det etablerede system og dets støttefunktioner, herunder f.eks. rådgivning og støtteordninger.

De portrætterede er forskellige og forholdsvist tilfældigt<sup>12</sup> udvalgte eksempler:

1. All4Dogs og PLA-Consulting
2. Annette Falk Lund
3. EGLU A/S
4. Hawhuset
5. Lightstone Media, Danish Walls og Tip Tap Tudse
6. Nørager Vandrehjem og Futten Sportscafé
7. Plasma Boardriding Inc.
8. Stian.eu
9. Ulla Lundsgart

Med hver af dem er gennemført dels et telefoninterview, svarende til interviewene med alle øvrige i undersøgelsen som gengivet i de forrige kapitler, og dels en uddybende samtale. Denne samtale foregik i deres domicil, der som regel er hjemmeadressen.

Resultaterne er skrevet sammen og er godkendt af de interviewede, efter at de fik mulighed for at rette evt. misforståelser. Rækkefølgen er tilfældig i den forstand, at den dog er alfabetisk.

Efter portrætterne samles trådene:

- Hvad er fælles kendetegn og udfordringer?
- Hvilke syn på og forslag til støttestrukturer gives særligt udtryk for?

---

<sup>12</sup> At det blev dem hang mest sammen med, at det var praktisk i forhold til planlægning og logistik, og at de altså også kunne medvirke på det givne tidspunkt i den samlede plan.

# De enkelte portrætter

## Eksempel 1<sup>13</sup>

### All4Dogs (1a) og PLA-Consulting (1b) Mosevej 46, Hammel

dorte@all4dogs.dk  
www.all4dogs.dk  
www.pla-consulting.dk

#### De to virksomheder

##### *All4Dogs:*

All4Dogs driver webbaseret handel med tilbehør til hunde, særligt brugshunde. Desuden findes en lille fysisk butik på bopælen. Sortimentet bestemmes i vid udstrækning af kunders særlige behov/ efterspørgsel

Virksomheden blev etableret i 2009/2010, bl.a. fordi DL havde behov for at skifte job og være mere til stede i familien.

Omsætningen oversteg i 2010 ikke kr. 100.000, men den er stigende i 2011. Pga. svigtende indtjening i PLs firma, har DL i 2011 et lønnet job. Salget er primært webbaseret og kunderne kommer alle vegne fra. Dog er der en øget lokal kundekreds i den fysiske butik. Desuden tager DL til stævner m.v. og fremviser sine artikler.

Ideen til konceptet udsprang af IT-erfaring (både DL og PL), kombineret med egen interesse for hunde og oplevelser af dårlig kundebehandling og af ikke at kunne købe fornødne artikler i egnens hundeudstørsforretninger. Samtidigt var det noget, man kunne drive fra bopælen, og umiddelbart var der ikke andre af helt samme slags på markedet.

DL finder det svært at få vækst i virksomheden, bl.a. fordi det vil koste mange penge at få den



*Familien Larsen har to nye virksomheder med adresse på bopælen – og i øvrigt lønnet arbejde ved siden af.*

*Foto: Hanne Tanvig*

markedsført bedre/blive mere kendt, men satser alligevel på den i fremtiden. Bl.a. forestår en investering i en ny bil, som kan rumme flere varer og tjene som reklamesøjle for firmaet.

##### *PLA-Consulting:*

PLA-Consulting er en freelance konsulent inden for IT-løsninger, beregnet på store firmaer. PL var tidligere tilknyttet et stort konsulentfirma og lavede dér det samme, men havde ønsket om at prøve noget andet organisatorisk set. Han videreførte således sine arbejdsopgaver.

Desuden var han partner i et andet firma, men det har han trukket sig ud af for nylig.

Han arbejder ude hos kunderne, som befinder sig over hele landet.

<sup>13</sup> Referat af telefoninterview og efterfølgende personligt interview med Dorte Larsen (DL), ejer af All4Dogs, på adressen (d. 29. 9. 2011). Med Dortes ægtefælle, Per Larsen (PL), ejer af PLA-Consulting, er der gennemført et telefoninterview, mens Dorte repræsenterede ham ved det personligt tilstedeværende interview.

Også han kan findes på nettet, men det er primært direkte kundekontakter og ordrer fra tidligere firma, som giver opgaverne.

I 2011 har der været svigtende efterspørgsel, men PL har fået mulighed for en fuldtidsopgave på Sjælland, indtil videre, og bor der flere af ugens dage.

Både PL og DL fastholder perspektivet med deres selvstændige firmaer.

### **Personlige baggrunde**

- Både DL og PL er 39 år.
- Begge har uddannelser og særlige kompetencer inden for IT.
- De har hjemmeboende børn.
- Begge opfatter sig selv om integrerende iværksættere, hvor det bl.a. er vigtigt at være fleksibel ift. familie- og hverdagsliv, herunder at have muligheden for at arbejde hjemmefra.
- PL har familie med tradition for selvstændighed.

### **Bosætning**

De er tilflyttere fra Skjødstrup, og flyttede til deres nuværende bopæl, før de startede firmaer, altså uafhængigt heraf.

Valget af bopæl beroede på muligheden for nærhed til natur, ro, god plads og tæt til skole. Deres hjem ligger tæt på skov og golfbane.

### **Lokaliseringsfaktorer og relationer til stedet**

For DL betyder naturen og familien i nærheden samt billig husleje mest for firmaets lokalisering. For PL er det alene familien i nærheden, der har betydning for hans firmas lokalisering. Ingen af dem er aktive i lokalsamfundet.

### **Relationer til andre virksomheder**

DL har ingen samarbejdsrelationer (ud over med leverandører) med andre erhverv. Hun samarbejder til gengæld med DCH (Danmarks Civile Hundeførerforening), hvor hun bl.a. tager ud til hundestævner o.l. med sine produkter.

PL har samarbejdsrelationer af betydning med andre erhverv og deltager tilsvarende i netværk af erhvervsmæssig betydning. Se dog ovenfor.

### **Træk på rådgivning, støtteordninger o.l.**

DL trækker på uformel rådgivning, især fra ægtefælle og en veninde.

Hun har desuden trukket på lokal erhvervsrådgivning, men med dårlige erfaringer til følge. Formentlig pga. manglende indsigt i web-handel og i hendes erhvervskoncept rådgav vedkommende hende til at bruge tid på og udforme en anmodning om midler fra Vækstpakken. Det viste sig, at hun slet ikke kunne komme i betragtning, fordi hendes firma ikke lå inden for Vækstpakkens målgruppe. Det var for lille.

Hun har deltaget i et kursus om web-handel, men ikke sammen med kolleger inden for samme type forretningskoncept, hvilket ellers kunne have styrket hendes udbytte.

PL har ikke haft et behov for rådgivning fra systemets siede – han trækker på netværket.

### **Fremtiden**

Begge forventer, at deres firmaer kommer på fode (igen).

All4Dogs har dog en stor udfordring i forhold til at blive mere kendt på markedet, hvilket anføres til at kræve store investeringer. Det kan betyde en større satsning på den fysiske forretning, da det er en hurtigere måde at blive kendt på.

### **Barrierer og anbefalinger til indsats**

DL oplever behov for sparring (strategisk bred) vedr. hendes koncept og rådgivning, målrettet hendes type aktivitet (web-handel) og de udfordringer, hendes koncept i øvrigt giver. Men hun har ikke umiddelbart tiltro til, at hun kan få dækket de behov lokalt.

DL kender ikke andre i samme situation i området, men måske findes de?

# De enkelte portrætter

## Eksempel 2 <sup>14</sup>

**Annette Falk Lund**  
**Amtrupvej, Feggesund**  
www.falklund.dk  
annette@falklund.dk

### Virksomheden

Annette Falk Lund er kunstmaler og lever af at male og sælge sine billeder, postkort og kalendere, ligesom hun arbejder med art money.

A etablerede sig som selvstændig i København i 2005, men flyttede sidenhen til Thy og etablerede sin virksomhed dér i 2008. Hun har ikke eget galleri, men sælger via internettet (små billeder og andre effekter). Store billeder sælges til gengæld direkte. A udstiller rundt omkring.

I modsætning til mange andre kunstnere har hun ikke bijobs, idet hun skal "kunne koncentrere sig fuldt og helt om sin kunst". Det er også årsagen til, at hun ikke har eget galleri. I hendes produktion er der eksempler på, at virksomheder bestiller hende til at udforme et virksomhedsportræt, som A udarbejder efter indgående research og tilstedeværelse.

Ideen til det hele opstod, efter at hun først fungerede som lærer (i Tyskland) og sidenhen blev pressefotograf (i København) og ikke fandt tilfredsstillelse ved det. Inderst inde vidste A, at hun skulle være kunstner, og tog så det store spring. Der skulle dog gå syv år med øvelser, inden hun syntes at hun havde fundet sin kunst. Kunderne kommer alle vegne fra og er typisk institutioner og større virksomheder.

A's omsætning (indtjening) er efter eget udsagn ikke stor nok og hun er i færd med at undersøge, hvorledes den kan øges. Det skal ske gennem øget synlighed og salg og gennem et samarbejde med et eller flere gallerier. Men det opleves som vanskeligt at etablere et sådant samarbejde.

<sup>14</sup> Referat af telefoninterview og efterfølgende personligt interview med Annette Falk Lund (A) på adressen (d. 09.11. 2011)



Annette med et af sine større billeder. Foto: Hanne Tanvig

A har desuden planer om at indrette et større atelier på ejendommen, således at der både kan produceres mere og afvikles flere aktiviteter. Pga. finansieringsvanskelighed er projektet dog stillet i bero.

### Personlig baggrund

A er 47 år og er samboende. Ægtefællen har lønnet arbejde inden for en anden branche.

A stammer fra DDR og har en videregående uddannelse som 'Diplomlehrer' og har også undervist som sådan. Hun forlod dog faget, flyttede først til Berlin og siden til København, "for at finde sig selv".

Valget af København beroede på, at hendes daværende kæreste boede dér dengang.

Efter et par år blev hun ansat som pressefotograf og levede af det i en årrække. Men jobbet var for stressende, og hun fandt ikke tid nok til sig selv og familien (havde et barn). Hun valgte i stedet vejen som selvstændigt udøvende kunstner, først i København, og siden i Thy, idet hun og ægtefælle besluttede sig for en anden levevis end storbyens.

A ser det klart som udtryk for en livsstil, integrerende iværksætteri, at hun har indrettet sig og sit erhverv, som hun har. Hun kan gå til og fra det, blive inspireret af omgivelserne, og fordybe sig fuldstændigt, når hun har behov for det.

I hendes familie er der ikke tradition for at være selvstændig.



## **Bosætning**

A og senere ægtefælles flyttede til Thy i 2007. Valget af Thy hang direkte sammen med, at A fik mulighed for et kursus og ophold i Kirsten Kjærs Museum i Frøstrup. Det blev et vendepunkt. De ældre indehavere af museet ville gerne, om A og kæresten ville overtage det, hvilket de efter nøje overvejelser dog besluttede sig til at takke nej til. Men hun og den senere ægtefælle blev så begejstrede for miljøet og egnen, at de ville slå sig ned her. I første omgang i en lejebolig i Frøstrup og siden i den nedlagte landbrugsejendom, som de bebor nu, og hvor A har sin kunstnervirksomhed.

## **Lokaliseringsfaktorer og relationer til stedet**

Boligen/arbejdsstedet har 180 graders panoramaudsigt lige ud til Feggesund. At naturen er i nærheden og at den kan bruges i forretningen vejer tungest som lokaliseringsfaktorer for A og hendes erhverv. Andre faktorer så som 'god plads', 'et lokalt fællesskab' og 'bopæl og familie i nærheden' spiller også ind.

A deltager i lokale arrangementer, men er først på det seneste blevet klar over, hvor mange fælles aktiviteter, der findes i området, bl.a. med udspring i Arup Beboerhus (afstand to km). Hun har gode kontakter til naboerne i nærområdet, og via ægtefællens virke i den nærtliggende sejlklub, er hun med i dens sociale aktiviteter.

## **Relationer til andre virksomheder**

Kirsten Kjærs Museum har tiltrukket mange andre som hende, således at der findes en kunstnerkoloni i området. Men samarbejdet dem imellem finder hun er ret beskedent, om end de jævnligt mødes til arrangementer på museet og er med til at understøtte dets eksistens.

A er ikke medlem af sammenslutningen 'Thy Art', idet hun ikke kan associere sig og vil kendes på sin egen kvalitet og professionalitet.

A er opsøgende ift. andre virksomheder for at blive inspireret og opnå viden til fordel for sin egen aktivitet og hun deltager i netværk, f.eks. et netværk for kvindelige iværksættere i Nordjylland, via Facebook og har desuden sit eget nyhedsbrev og en blog.

A har haft en positiv oplevelse med et arrangeret

møde mellem kunst og erhvervsliv. Det var til stor gensidig inspiration og afstedkom også en større ordre.

## **Træk på rådgivning, støtteordninger o.l.**

A trækker på de uformelle relationer og har en mentor. Hun har haft kontakt med Thy Erhvervsråd ifm. evt. deltagelse i et iværksætterkursus. Hun betingede sig forskelligt i forbindelse med deltagelse, f.eks. at andre deltagere skulle være etableret og 'ligestillede'. Måske er betingelserne en årsag til, at hun ikke har hørt mere fra erhvervsrådet, ytrede hun.

A's indgang til det lokale system har hidtil været turistbranchen, f.eks. chefen for turistbureauet, med hvem hun har haft idéudveksling. A er dog ikke medlem af foreningen, fordi hun ikke er afklaret om effekten heraf. A kender en indgang til service o.l. i Thisted Kommune i form af en kulturkonsulent, med hvem hun planlægger kontakt.

A har modtaget støtte fra kunsthøjskole. Hun har ikke kendt til f.eks. mere regionalt orienterede støtteordninger.

## **Fremtid, barrierer og anbefalinger til indsats**

A forventer udvikling af sin virksomhed, en udvikling der vil ske med udgangspunkt i nuværende domicil. Hun er særligt opmærksom på, at hendes omsætning skal øges og leder efter metoder til det. De handler om hjælp i forbindelse med øget synlighed, markedsføring og salg, idet hun ikke selv vil åbne et galleri. Derfor overvejer hun at øge sin portefølje, hvor hendes erfaringer inden for kommunikation naturligt peger på udbredelse af forståelse for kunst står centralt, ligesom hun forestiller sig udsmykningsopgaver til virksomheder og i det offentlige rum, f.eks. sygehuse. Hun ser gerne, at arrangementer ala det ovenstående, mødet mellem kunst og erhvervsliv, bliver gentaget og at der i det hele taget bliver søsat flere tværgående initiativer, hvor kunst får tildelt en central rolle som medaktør.

De eksisterende lokale kanaler finder hun utilstrækkelige i forhold til sine produkter og ambitioner. A har ikke tænkt på, at der måske kunne etableres noget nyt i et fællesskab, idet andre på egnen kan tænkes at have samme udfordring (på spørgsmål fra red.)

# De enkelte portrætter

## Eksempel 3<sup>15</sup>

### EGLU A/S

Petersborgvej 40, Trustrup

Jensole@eglu.net  
www.eglu.net

Foto CIMG005

### Virksomheden

Virksomheden udvikler software-platforme og velfærdsteknologi. Ideen udsprang af en brors projekt, hvor JO kunne se store perspektiver. Den er etableret i 2008, på bopælen – for enden af en grusvej, på et nedlagt landbrug.

Andre udenfor er tilknyttet, bl.a. broren.

Der er fire medarbejdere, hvoraf hustru er administrativ medarbejder og de to øvrige er programmører.

Kunder er fra hele verden.

Der sælges bl.a. via nettet.

Virksomheden er i vækst og der forventes store forandringer, fordi de involverede finder et uendeligt potentiale.

P.t. er en bygning på ejendommen under opførelse bl.a. til demonstration af intelligent byggeri og en bolig med diverse nye løsninger, som man kan komme og lære af/bo i

### Personlig baggrund

- JO er i alderen 40-50 år.
- Han er uddannet som folkeskolelærer.
- Var selvstændig tidligere, og arbejdede bl.a. med unge.
- I familien findes to børn.

- Ser på sig selv som vækstiværksætter men i konceptet trækkes på det integrerede iværksætteri, bl.a. fordi det for ham det er vigtigt at kunne arbejde hjemme, tæt på naturen, og være fleksibel ift. familielivet.
- I familien er der andre selvstændige.

### Bosætning

Familien er tilflyttet fra Østjylland, i 2005. Valget af Djursland skyldes en tilknytning til skolen for meditation (Munach) i Homå ved Grenå og et netværk dér fra, og at familien ville bo på landet. Desuden var der brug for plads og relativt set er det billigt at drive aktiviteten på stedet frem for f.eks. i en større by.

### Lokaliseringsfaktorer og relationer til stedet

Naturen i nærheden og familien i nærheden har størst betydning for lokaliseringen af virksomheden

Mulighed for at arbejde hjemme, har etableret kontorfaciliteter med selvstændig indgang på 1. sal.

JO deltager ikke i lokale arrangementer, men har tætte bånd til folk i det ovennævnte netværk, hvor mange bor rundt om på Djursland.

### Relationer til andre virksomheder

Han har et udstrakt samarbejde til alle sider, danner partnerskaber med andre virksomheder, forskningsinstitutioner, andre videncentre etc. Han deltager også i andre erhvervsnetværk.

### Træk på rådgivning, støtteordninger o.l.

JO trækker på rådgivning, men finder det nødvendigt selv at kunne finde frem til løsninger for at kunne udvikle sig.

JO har brugt støtteordninger (i partnerskaber), f.eks. Højteknologifonden og Fornylsesfonden, og kender lidt til kommunens erhvervsfremme, har bl.a. kontakt til en medarbejder.

<sup>15</sup> Referat af telefoninterview og personligt interview med Jens Ole Ladefoged (JO) på adressen (d. 6. 7. 2011)





EGLU AIS har domicil på 1. sal i den nedlagte landbrugsejendom for enden af grusvejen. Foto: Hanne Tanvig

JO kender også til Djurslands Udviklingsråd og til LAG Djursland, men har ingen direkte relationer.

### **Fremtiden**

JO finder potentialet for EGLU omfattende og selv om der vil ske vækst, vil domicilet helst skulle forblive på nuværende adresse, eller i det mindste i området som følge af tilknytning til området. Vækst vil foregå igennem netværk.

### **Barrierer og anbefalinger til indsats**

Han kunne forestille sig samarbejde med andre på Djursland, bl.a. inspireret af et af de store partnerskaber på nationalt plan. ”Hvorfor ikke lave noget på Djursland i forbindelse med den store vindmøllepark – og f.eks. sammen med an-

dre erhvervsdrivende udvikle intelligente energi- og miljøløsninger i byggeriet på Djursland som en buffer i transmissionen derfra”?

Han finder det er betydningsfuldt, når man fra systemets side viser anerkendelse og giver opbakning. ”Det er ikke almindeligt fra kommunens side, men der er dog nogle, som gør. Teknisk forvaltning kunne lære noget på det område”.

”Hvis anerkendelse gives, vil firmaet med sikkerhed blive på Djursland i stedet for f.eks. at flytte til Århus”.

# De enkelte portrætter

## Eksempel 4<sup>16</sup>

**Hawhuset**  
**Strandvejen. Lild Strand**

Ingen hjemmeside  
aan@mail.dk

### Virksomheden

Hawhuset er et tidligere fiskerhus ved Lild Strand, som er omdannet til en rustik butik. Den blev etableret i 2006, efter at AN og ægtefælle havde købt det tidligere fiskerhus.

Herfra sælger en kreds af modne kvinder souvenirs (second hand – fra gammelt til nyt), is, kaffe, hjemmelavede snapse o.l., som de og andre har lavet af genbrugsmaterialer og især lokale materialer.

Forretningen er åben to mdr. hver sommer. Kunderne er typisk endagsturister. Kredsen af kvinder skiftes til at passe den.

Ideen til forretningen opstod, idet AN stod for at skulle på efterløn. Gruppen af kvinder, som ellers havde mødt hinanden gennem årene delvist på professional basis, ønskede at have noget at være fælles om for at kunne fastholde kontakten. Kredsen fandt desuden, at det var vigtigt at AN skulle have noget nyt at gå op i. Hun foreslog, at det kunne være en sådan butik, som kunne passes i forbindelse med ophold i det sommerhus, hun og ægtefællen har haft i mange år.

Kredsen af kvinder har dannet en forening, hvor hver har indskudt et mindre bidrag til indkøb af fornødne materialer o.l. Ingen skal kunne lønnes af indtægterne og overskud reinvesteres typisk i forretningen.

AN har selv tidligere været optaget af genbrug og gruppen har i øvrigt fælles interesser i bl.a. hånd-



*Hawhuset ligger naturligvis på Lild Strand. Foto: Hanne Tanvig*

arbejde og kreativt arbejde, som anvendes i det nye forretningskoncept. Forretningen har ikke nogen stor omsætning og er mest til ”for at det skal være sjovt og at have noget at gå op i”. Større satsning, ud over hobbyniveauet, vil kræve for meget af den pågældende kreds, bl.a. kræve investering i fornyelse af fiskerhuset og ansættelse af arbejdskraft.

AN forventer derfor ikke større ændringer, men vil gerne have flere kunder og blive mere kendt ude omkring. Se senere.

For nylig er forretningen blevet optaget i Politikens ”marguerite-rute”.

### Personlig baggrund

- AN er 64 år og er samboende. Ægtefællen bidrager til produktion af artikler til forretningen.
- AN er tidligere leder af en børneinstitution
- AN ser det klart som udtryk for integrerende iværksætteri, at hun og kredsen af kvinder driver Hawhuset.

I hendes familie er der tradition for at være selvstændig, bl.a. drev hendes ægtefælle et landbrug for år tilbage.

### Bosætning

AN og ægtefælle er for tre år siden flyttet til Thi-

<sup>16</sup> Referat af telefoninterview og efterfølgende personligt interview med Aase Nedergaard (AN) på adressen (d. 12.10. 2011)



sted, efter at have boet i Herning i en menneskealder. Tilflytningen skete for at komme tæt på naturen og sommerhuset, som parret har haft i mange år.

### **Lokaliseringsfaktorer og relationer til stedet**

At naturen er i nærheden og kan bruges i forretningen vejer tungest som lokaliseringsfaktorer for det nye erhverv.

AN deltager i lokale arrangementer og er en del af inderkredsen i det lille samfund ved Lild Strand.

Samfundet virker efter hendes udsagn dog ellers lukket ift. nye personer og initiativer, hvilket er en udfordring i forbindelse med at skabe udvikling og øget aktivitet, også af betydning for Hawhuset. Det skal tilføjes, at bogføring og regnskab laves af lokale beboere, som bidrag til butikken.

Fiskerkulturen er fortsat til stede, i reduceret omfang i forhold tidligere. Der findes en fuldfisker og flere deltidsfiskere. Desuden findes en del lystfiskere, som fisker fra båd og fra stranden. Ligesom der er to fiskeudsalg på stedet. Kulturen slår bl.a. igennem ved den årlige fællesspisning af alskens fiskeretter.

Ældre kultur slår også igennem i forbindelse med afvikling af en traditionsbunden julefest.

Lokalt findes to små kunstatelierer, drevet som bijob. Et hotel er under renovering, og såfremt der etableres en restaurant dér, vil det få stor betydning for området, fremfører hun.

### **Relationer til andre virksomheder**

Hawhuset har ikke betydelige samarbejdsrelationer med andre erhverv, om end AN kan se det som en løftestang, især i forbindelse med fælles markedsføring inden for oplevelsesøkonomien i området.

Gruppen har et netværk, som trækkes på i forhold til frembringelse af artikler til butikken.

### **Træk på rådgivning, støtteordninger o.l.**

AN og gruppen har ikke trukket på professionel rådgivning, støtteordninger etc.

### **Fremtiden**

AN sammenholder fremtiden for Hawhuset med fremtiden for Lild Strand.

Hun finder det bl.a. vigtigt for det lille samfund, at den kystbåd, som man er stillet i udsigt i forbindelse med samarbejdet med bl.a. Slettestrand om sådanne kystbåde, snarest bliver installeret. Det vil give nyt liv på stranden og betyde, at spillet på stranden kommer i gang igen.

AN forventer en fremtid ca. som nu og foreningen har besluttet, at "der skal tages et år ad gangen i forhold til, hvad vi magter. Men der skal gerne komme flere kunder".

Selv om Hawhuset er en ren hobby for gruppen, er AN dog ikke af visende overfor, at det kunne blive til mere, såfremt der blev investeret i det.

### **Barrierer og anbefalinger til indsats**

AN anfører, at Hawhuset ikke har kunnet optages i det lokale turistkatalog, fordi stedet er for lille i forhold til optagelseskriterier. Samtidigt er der ikke tilstrækkelige midler til annoncering.

Ved det nærliggende Bulbjerg, hvor der kommer mange besøgende, er det heller ikke muligt at skilte, hvilket ellers kunne hjælpe. Det er imod Naturstyrelsens regler.

Lild Strand er ikke omfattet af Nationalpark Thy. Men AN kunne se det som et aktivt at komme med i oversigten over aktiviteter i den forbindelse.

Hun ser et behov for en hjemmeside, men hun og kredsen har ikke umiddelbart ressourcer til at etablere en sådan.

"Skat og rådgivning kunne rådgive om, om hvordan man som efterløkker eller pensionist kan have et mindre job og få en positiv sammenhæng til meningsfuld beskæftigelse". AN og de øvrige er ikke selv aflønnet af forretningen, "men det gjorde ikke noget, om man kunne få et større udbytte".

"Det offentlige kunne også hjælpe med at etablere en hjemmeside, hvor bl.a. Hawhuset kunne få plads."

# De enkelte portrætter

## Eksempel 5<sup>17</sup>

**Lightstone Media, Danish Walls og Tip Tap Tudse**  
**Eskilsagre 8, Nørager**

buus@lightstone.dk

www.danishwalls.dk  
www.lightstone.dk  
www.tiptaptudse.dk

### Virksomhederne

Der er tale om tre forbundne erhverv. Den nyeste aktivitet er Danish Walls (2008), som er et underfirma til Lightstone Media Aps (1997). Tip Tap Tudse er også ny (etableret efter 2005) og er drevet som et interessentselskab.

Lightstone Media laver grafisk design, illustrationer og computerspil. Pga. svigtende ordre etableredes Danish Walls, i øvrigt sammen med en partner bosiddende i lokalområdet. Danish Walls omfatter en webshop med tapeter, tæpper etc., som de to laver mønstre o.l. til. Tip Tap Tudse er et forlag og en kursusvirksomhed, som producerer og forhandler læringsspil.

MBs hustru er involveret i Tip Tap Tudse, samtidigt med, at hun også driver egen virksomhed og er involveret i en musikskole. Indtægter fra TTT bruges indtil videre alene på markedsføring.

MB er involveret i alle tre. For tiden svigter indtjeningen, hvorfor han supplerende lønnet nat-arbejde ved siden af.

De involverede overvejer at finde et stærkere fokus og optimere det fælles for de tre (formidling/læring/bevægelse/musik til børn i en bestemt situation og alder).



*De to driver tilsammen fem nye kreative virksomheder fra bopælen.  
Foto: Hanne Tanvig*

Muligvis vil de etablere en fysisk butik og kursussted (træningspædagogik) i København for at blive mere synlig på markedet.

Ideen til de nye erhverv udspringer af, at MB tidligere levede som kunstmaler, men det kneb med indtjeningen. Han kunne se sine færdigheder anvendt på nye måder og tog en uddannelse som multimedieinstruktør, og etablerede Lightstone Media,

### Personlig baggrund

- MB er 56 år.
- Han er uddannet som kunstmaler og multimedieinstruktør.
- Han er samboende og de har børn.
- MB ser på sig selv som integrerende iværksættere, for hvem det handler om at have et "helt liv" med udgangspunkt i hjemmet.
- I familien er der tradition for selvstændighed.

### Bosætning

MB stammer fra Ålborg og hustruen fra Lolland. De flyttede til deres nuværende bolig i 1990, og

<sup>17</sup> Referat af telefoninterview og efterfølgende personligt interview med Mogens Buus (MB) på adressen (d. 3. 10. 2011)

det er altså først flere år efter, at de nye firmaer bliver etableret. På det tidspunkt var MB kunstmaler. De ville bo på landet og valgte Norddjursland pga. naturen.

#### **Lokaliseringsfaktorer og relationer til stedet**

At naturen kan bruges i forretningen, at der er et lokalt fællesskab, at bopæl og familie er i nærheden foruden en lav husleje tæller højt for KJ og hans erhverv.

Han finder det ”skønt og nemt at kunne arbejde hjemmefra, hvor IT-tilgangen også gør det muligt.”

MB er lokalt aktiv, bl.a. ved at donere til lokale arrangementer.

Han peger på, at der er et åbent, dynamisk lokalt miljø, også erhvervsmæssigt, men at han ikke har tid til at deltage i det.

#### **Relationer til andre virksomheder**

MB samarbejder med lokal partner og hustruen, men har ellers ikke et erhvervssamarbejde af større betydning og deltager heller ikke p.t. i netværk i øvrigt.

Han har deltaget i et netværk med konsulentbi-stand, ”men det var ikke tilstrækkeligt seriøst og udbytterigt”, så han trak sig ud.

Der har været oplæg til et større eksterne samarbejde, men det lykkedes ikke. MB anfører interesse for sådant, se senere.

#### **Træk på rådgivning, støtteordninger o.l.**

MB trækker på uformel rådgivning og er medlem af et erhvervsråd, som dog dækker et andet geografisk område. Han har erfaret, at den geografiske afgrænsning forhindrer ham i at trække

på en af deres services (mentorordning), hvilket han ellers er interesseret i. Derfor overvejer han at melde sig ind i det forum, som er geografisk tættere på.

MB har modtaget rådgivning via TI (vidensku-pon) og er færd med at tiltrække tilsvarende til Tip Tap Tudse.

#### **Fremtiden**

MB og hustru arbejder på at få de forskellige aktiviteter til at bære og evt. at samarbejde nogle af dem i et fælles koncept.

Nogle af deres underleverandører skal muligvis udskiftes (produktion i andet land) for at sænke udgifter.

De søger strategisk rådgivning og gerne hjælp til kontakt med samarbejdspartnere. Der er ikke tid og kapital nok til markedsføring og salgsarbejdet måtte gerne varetages af andre.

MB giver udtryk for, at han synes, han er for dårlig til at markedsføre sig selv og er derfor interesseret i at andre forestår den funktion. Han vil hellere udvikle og formidle.

#### **Barrierer og anbefalinger til indsats**

MB kunne tænke sig hjælp til at finde relevante samarbejdspartnere (i ind- og udland) og evt. til mønsterbeskyttelse, så han ikke risikerer at andre løber med konceptet i tilfælde af øget samarbejde. Ledig kapital m.v. udtrykker han desuden behov for.

Desuden finder han behov for at tilknytte en programmør, som skal komme fra området - en som er ”tæt på fysisk, og som han derved kan få tillid til”.

# De enkelte portrætter

## Eksempel 6<sup>18</sup>

### Nørager Vandrehjem og Futten Sportscafé Munkhusevej, Nørager

www.ferie-djursland.dk  
vhjemkasper@gmail.com

#### Virksomhederne

*Vandrehjemmet:*

Nørager Vandrehjem blev etableret af KJ (sammen med sin far) i 2010. Det er etableret i en tidligere erhvervsbygning, som er ombygget til formålet.

Målgruppen er turister, især familier, som opsøger Djurslands seværdigheder. Faren driver byens købmandsforretning og det er dér, receptionen for vandrehjemmet findes.

Der er tilknyttet personale til rengøring m.v.

Da KJ er lønnet fodboldspiller, har han ikke hidtil haft behov for at trække løn ud af vandrehjemmets økonomi til sig selv, og på det grundlag kan vandrehjemmets økonomi hænge sammen. Der forventes vækst.

*Futten:*

KJ overtog medio 2011 et cafeteria, hvorfra der hidtil især har været drevet en cateringvirksomhed.

Hans idé med Futten er at gøre det til byens mødested, og et mødested særligt for sportsinteresserede.

Futten har sin egen Facebook-side, hvorigennem der kommunikeres og markedsføres.

Han er selv beskæftiget dér, foruden yderligere en person (30 t/ugen) og seks personer (ca. 7 timer/ugen).

Indtil nu har det været en stor succes og omsætningen er så stor, at han ville kunne blive lønnet af det, men lever alligevel af det lønnede fodboldjob.

Idéerne til de pågældende aktiviteter udspringer af et centralt ønske om at forblive bosiddende i Nørager og have et spændende liv og en indkomst dér.

Samarbejdet med faren er en medvirkende faktor. Deres tre aktiviteter tilsammen (købmand, vandrehjem og Futten) går i spænd forretningsmæssigt og ligger tæt på hinanden.

KJ har planer om flere supplerende aktiviteter placeret fysisk mellem de tre, således at der bliver et endnu tættere miljø omkring oplevelser/mødested.

Han har haft en plan om at opkøbe en landbrugsejendom og indrette en fodboldgolfbane dér, men af forskellige årsager kunne den ikke realiseres.

#### Personlig baggrund

- KJ er 22 år.
- Han har ingen uddannelse og er single.
- Hidtil levet af at være professionel fodboldspiller.
- KJ ser på sig selv som integrerende iværksætter, for hvem det handler om at have et helt liv og en spændende tilværelse på det sted, hvor han kommer fra.
- I familien er der tradition for at være selvstændig.

#### Bosætning

KJ er født og opvokset på stedet - i Nørager – og han fremhæver stoltheden ved det og at kunne forblive i miljøet, og at det er et kendetegn for byens borgere, herunder andre unge. Miljøet er levende og foretagsomt.

<sup>18</sup> Referat af telefoninterview og efterfølgende personligt interview med Kasper Fisker Jensen (KJ) på adressen (d. 30. 9. 2011)



### Lokaliseringsfaktorer og relationer til stedet

At naturen kan bruges i forretningen, at der er et lokalt fællesskab, at bopæl og familie er i nærheden for uden at huslejen er billig tæller højt for KJ og hans nye erhverv.

Han er forankret i stedets liv og hans erhvervsaktivitet involverer fællesskabet.

Hans fodboldkarriere bevirker, at sportsinteresser og –deltagere trækkes med ind i konceptet (Futten).

### Relationer til andre virksomheder

KJ har et betydningsfuldt erhvervssamarbejde og indgår i netværk, både med lokale og ikke-lokale firmaer og organisationer – specielt om at tiltrække turister og fælles markedsføring.

### Træk på rådgivning, støtteordninger o.l.

KJ trækker på uformel rådgivning og har deltaget i et lokalt erhvervsfremmetilbud – et salgskursus, som kommunen stod bag.

KJ har modtaget midler fra LAG Djursland – til Vandrehjemmet.

Han opsøger selv viden på nettet, når der er behov for det.

### Fremtiden

KJ forventer at stå bag mere udvikling og aktivitet i Nørager. Men han kan også forestille sig at etablere en café i Randers på sigt.

### Barrierer og anbefalinger til indsats

Han har oplevet en sagsbehandling fra kommunens side, som kunne have været mere imødekommende bl.a. i form af rådgivning, når det som er ansøgt om ikke umiddelbart kunne godkendes. ”Kommunen burde virke mere imødekommende”.

Største problem er ellers likviditet.

”Resten har været en fest”.



Landsbyen har fået et nyt mødested. Foto: Hanne Tanvig

# De enkelte portrætter

## Eksempel 7<sup>19</sup>

**Plasma Boardriding Inc.**  
**Vangsåvej 12, Klitmøller**

www.plasmaboardring.com  
info@plasmaboardriding.com

### Virksomheden

Plasma Boardriding Inc. er RS' firma, drevet fra privatadressen i Klitmøller. I husets underetage findes kontor og lager. Desuden er RS p.t. projektleder for Cold Hawaii's world cup. Fordelingen i tid er 50/50. I dette interview fokuseres på Plasma Boardriding Inc.

Firmaet blev etableret i 2006. Det udvikler og forhandler tøj, som appellerer til f.eks. surferkulturen. RS er selv idémand, som samarbejder med designere om at udvikle produkterne. Produkterne produceres i udlandet (Portugal). Forhandlingen sker både via firmaets e-handel, via agenter og i en række fysiske butikker, bl.a. en i Klitmøller. Produkterne forhandles både i Danmark og udlandet.

Ud over RS er der én deltidsbeskæftiget i Klitmøller – til bl.a. varemottagelse, udpakning/indpakning etc. - mens de forskellige samarbejdspartnere, f.eks. designerne, kommer andre steder fra. Dog har en tidligere tilknyttet designer sin bopæl i Klitmøller.

For tiden er firmaet præget af finanskrisen, men RS' har ambitioner om, at firmaet skal blive stort og skabe beskæftigelse i bl.a. Klitmøller.

RS har været professionel surfer i en årrække og er opvokset i Klitmøller. Ideen til firmaet udsprang af et ønske om at leve af sit brand – surferkarrieren og identitet/autenticitet i forbindelse med det – og at kunne virke og bo i Klitmøller.



Virksomheden skal passes. Foto Hanne Tanvig.

Desuden har han altid haft et ønske om at kunne formgive, markedsføre, rejse og sælge. Fra sin surferkarriere har han erfaring med markedsføring. "Når væksten kommer, vil der blive tale om en flytning af firmaet til en anden adresse i Klitmøller, fordi der så bliver behov for mere plads".

### Personlig baggrund

- RS er 36 år.
- Han har ingen uddannelse og har familie med børn.

Efter gymnasiet valgte han at fokusere på tilværelsen som surfer, og efter 10 år som professionel surfer etablerede han sit firma i Klitmøller.

RS ser på sig selv som en kombination af vækst- og integrerende iværksætter, for hvem det handler om at kunne kombinere en succesfuld forretning med et helt liv og identitet forbundet med det sted, hvor han lever – Klitmøller. Kommunikation og aktion via internettet gør det muligt.

I familien er der ikke tradition for at være selvstændig. RS har selv haft planer om at blive selvstændig igennem længere tid.

<sup>19</sup> Referat af telefoninterview og efterfølgende personligt interview med Robert Sand (RS) på adressen (d. 12.10. 2011)

### **Bosætning**

RS er født og opvokset på stedet - i Klitmøller - og han fremhæver stoltheden ved det – ”navnet Klitmøller er et godt brand”. Miljøet er præget af udvikling og gejst forbundet med surferkulturen. RS har i årene, mens han var professionel surfer, opholdt sig meget i udlandet, men altid haft Klitmøller ’som base’.

### **Lokaliseringsfaktorer og relationer til stedet**

At naturen er i nærheden og at den også kan bruges i forretningen, at bopæl og familien er i nærheden (af jobbet) tæller særlig højt for RS og hans nye erhverv. Men de øvrige faktorer, som et lokalt fællesskab, god plads og billig husleje, tillægges desuden stor betydning.

Han er forankret i stedets liv, i den udstrækning det handler om surfing og harmonerer med ønsket om at sikre sin erhvervsmæssige autencitet. Han prioriterer således sin indsats og vægter en musikfestival kaldet ’Surf Joint’, foruden Cold Hawaii’s world cup.

### **Relationer til andre virksomheder**

RS har et betydningsfuldt erhvervssamarbejde med eksterne partnere, herunder firmaets egne partnere, og f.eks. med en kommunikationsrådgiv-

ver i København. Han har indirekte relationer til andre erhvervsdrivende i det lokale surfermiljø.

### **Træk på rådgivning, støtteordninger o.l.**

RS trækker på uformel rådgivning og har deltaget i et lokalt erhvervsfremmetilbud – starthjælp til budgetlægning kanaliseret af Thy Erhvervsråd.

RS er bekendt med støtteordninger, f.eks. LAG-midler, qua sit projektlederjob for Cold Hawaii. Men han ser ikke muligheder for at bruge sådanne ordninger i sit eget firma.

### **Fremtiden**

RS forventer vækst for sit firma, og at det vil ske i Klitmøller. Men finanskrisen begrænser perspektivet lige nu.

### **Barrierer og anbefalinger til indsats**

RS anfører, set i bakspejlet, at han skulle have arbejdet mere fokuseret med sin markedsføring. Han finder behov for fortsat rådgivning.

”Rådgivning er dyr, men kan være afgørende for ethvert firmas overlevelse og succes”. Derfor anbefaler han, at der etableres en ordning, så små firmaer (ikke alene nystartede) kan inddrage relevante rådgivere efter behov. ”Det kan hurtigt betale sig for samfundet”.



# De enkelte portrætter

## Eksempel 8<sup>20</sup>

**Stian.eu**

**Vestermøllevej 32, Klitmøller**

www.stian.eu

mail@stian.eu

SE har adresse i et lokalt kontorfællesskab, Cold Hawaii Starfish. I dette fællesskab har andre to nye erhvervsdrivende deltaget i et telefoninterview, og ved besøget blev det muligt at tale med yderligere en af de nye erhvervsdrivende dér.

### Virksomheden

Stian.eu laver IT software, sælger IT-udstyr og live streaming. Firmaet blev etableret i 2008. Firmaet har adresse i kontorfællesskabet Cold Hawaii Starfish, hvor seks andre små firmaer desuden har til huse. Flere af dem er involveret i udvikling af IT software, hjemmesider, markedsføring m.v. (www.star-fish.dk).

Stian har bl.a. gennem dette samarbejde været involveret i et andet tiltag, Yemie (også registreret i 2008 men ikke aktivt længere).

SE er som den eneste beskæftiget i Stian.eu, men har tilknyttet hjælp til bogføring, og samarbejder med eksterne f.eks. i forbindelse med live streaming.

Hans kunder findes alle vegne og han bruger internettet til markedsføring. Han bringer selv sine produkter ud til kunderne.

Idéen til firmaet udsprang af et ønske om at prøve noget andet, hvor han tidligere over en årrække var ansat på et opholdssted i nærheden. Det han lever af nu, var ellers en hobby tidligere.

Han søger fortsat inspiration gennem det kon-



*En virksomhed behøver ikke at fylde meget nu om dage*

*Foto: Hanne Tanvig*

torfællesskab, som han også er den ene af to oprindelige primus motorer for.

SE forventer ikke større ændringer eller vækst f.eks. i form af øget omsætning, men håber på en bedre fortjeneste. Han vil fortsætte sit virke i Klitmøller, om end kontorfællesskabet måske skal flytte, fordi bygningen er sat til salg.

### Personlig baggrund

- SE er 36 år.
- Har er samboende.
- Han har en faglært uddannelse som finmekaniker.
- Efter endt uddannelse droppede han faget og tog rundt i Europa for at surfe, for siden at slå sig ned i Klitmøller.

SE ser på sig selv som integrerende iværksætter - for hvem surferinteressen, identiteten på stedet og det lokale fællesskab har stor betydning også i relation til firmaet.

I familien er der ikke tradition for at være selvstændig. SE har selv haft planer om at blive selvstændig igennem længere tid.

<sup>20</sup> Referat af telefoninterview og efterfølgende personligt interview med Stian Eide (SE) på adressen (d. 13.10. 2011)

### **Bosætning**

SE stammer fra Norge og har gennem mange år været omkring Klitmøller for at surfe. Han bosatte sig i byen i 1995, og fandt et lønmodtager-job i nærheden.

Efter en årrække etablerede han sig som selvstændig og var med til at opbygge kontorfællesskabet og er medinitiativtager til en række tiltag i lokalsamfundet.

### **Lokaliseringsfaktorer og relationer til stedet**

At naturen er i nærheden samt at bopæl og familie er i nærheden har størst betydning for ham og virksomhedens lokalisering.

Et lokalt fællesskab har også stor betydning, mens de øvrige faktorer (god plads, billig husleje og at naturen/stedet kan bruges i min forretning) ikke vægtes så højt.

Han er aktiv i 'Kystbynetværket' og i lokalsamfundets aktiviteter, bl.a. involveret i sommerfesten 'Surf Joint' og fodbold.

Sammen med andre i kontorfællesskabet er han f.eks. også aktiv i forbindelse med etablering af et nyt, velplaceret surfer-hus, hvori der tænkes mødefaciliteter o.l. til fordel for gæster, andre erhvervsdrivende og fællesskabet selv.

Han (og andre) har et særligt fokus på at inddrage børn og unge i udviklingen af (surfer)miljøet, så det ikke alene bliver "gamle mænd", der præger billedet. "Det er vigtigt, at de unge kan drage ud i verden som stolte og gode ambassadører for Klitmøller – og måske vende tilbage selv senere".

Desuden er han fortsat aktiv surfer og forankret i det liv, som udspringer heraf.

### **Relationer til andre virksomheder**

SE har et tæt erhvervssamarbejde med de øvrige små erhvervsdrivende i kontorfællesskabet, og har desuden extra-lokale samarbejdsrelationer.

### **Træk på rådgivning, støtteordninger o.l.**

SE trækker på uformel rådgivning men har ellers ikke inddraget mere formelle tilbud, bortset fra råd fra sin revisor.

Efter eget udsagn skyldes den manglende inddragelse måske, at han heller ikke ved, hvad systemet kunne bidrage med. Tilsvarende gælder det brug af støtteordninger, når det gælder sit eget firma, for SE er bekendt med visse ordninger, f.eks. til fremme af nye projekter i Klitmøller.

### **Fremtiden**

SE forventer en fremtid ca. som nu og at den altså vil finde sted i Klitmøller.

### **Barrierer og anbefalinger til indsats**

SE og resten af fællesskabet arbejder på at etablere nye erhvervsfaciliteter, og er muligvis tvunget til at finde nye lokaler.

Deres anbefaling er, både i Klitmøller, og i andre små samfund, at der fra det offentliges side burde indrettes "ordentlige bygninger", der kan rumme sådanne kontorfællesskaber samtidigt med at der sikres en god IT forsyning. "Der er masser af nye små erhverv, som kunne støttes på den måde, men f.eks. også gæster, som kunne tage deres arbejde med".

Desuden fremfører SE et ønske om hjælp til, at nogen kunne aflaste inden for det administrative arbejde, "for at få tiden til at hænge bedre sammen og koncentrere sig om det egentlige og det, der er sjovt".

# De enkelte portrætter

## Eksempel 9<sup>21</sup>

**Ulla Lundsgart**  
**Fladstrupvej 33, Lyngby**

saidulla@paradis.dk  
www.ullalundsgart.dk

### **Virksomheden**

Virksomheden er etableret i 2008, på bopælen – på et nedlagt landbrug. Virksomheden løber rundt, men UL ønsker en mere stabil økonomi.

Hun er kunstmaler og har lidt undervisning ved siden af. Tidligere fyldte undervisningen mest, nu er det kunsten.

Hendes kunst har især omfattet blomster og natur som inspiration, f.eks. fra sin egen have.

Hun har galleri i Kbh. og Ålborg, udstiller rundt om på f.eks. cafeer, og udstiller på nettet.

Hun er alene men trækker lidt på lønnet hjælp, bl.a. til havearbejde og administration

Kunder kommer fra hele landet og mange besøger hende på arbejdsstedet f.eks. efter at have set hendes billeder udstillet, og når de er i nærheden f.eks. ifm. et sommerhusophold.

Hun markedsfører og sælger bl.a. via nettet, men mange køber hos hende efter at have set hendes billeder udstillet fysisk set.

### **Personlig baggrund**

- UL er 50 år.
- Hun er uddannet som kunstner.
- Hun har tidligere arbejdet som freelance underviser og været medlem af Kunstnernes kooperativ, hvor igennem hun solgte sine malerier, og på den måde kunnet modtage

supplerende understøttelse. Men hun fik smag for at blive selvstændig og altid haft et ønske om ikke at være afhængig af understøttelse.

- I familien findes et voksent barn.
- UL ser på sig selv som integrerende iværksætter.

### **Bosætning**

Hun er tilflyttet fra Østjylland, i 2006.

Valget af Djursland skyldes en tilknytning til Munach (en skole for meditation beliggende i Homå ved Grenå) og et netværk dér fra, som bor rundt om på Djursland.

Selve bopælen skyldtes ”en ideel beliggenhed og indretning, bl.a. haven og en bygning, der var velegnet til atelier. Desuden var det billigt”.

### **Lokaliseringsfaktorer og relationer til stedet**

Ro og inspiration fra de lokale omgivelser har trukket hende. Naturen i nærheden, bopælen og netværket i nærheden og god plads nævner hun som havende størst betydning for lokaliseringen af virksomheden.

UL deltager ikke i lokale arrangementer, men har tætte bånd til folk i ovennævnte netværk, der bor rundt om på Djursland. Hun har bl.a. været med til bygge en privatskole op sammen med nogle herfra.

Hun anfører en hage, nemlig at der er langt til kunst-livet og de nødvendige impulser, hun kunne få derfra, herunder f.eks. at blive mere set ved ferniseringer.

### **Relationer til andre virksomheder**

UL har et udstrakt samarbejde til alle sider, med andre lokale virksomheder, som hjælper med markedsføring på det uformelle plan.

Hun deltager i netværk, bl.a. med andre kunstnere.

<sup>21</sup> Tlf. interview suppleret med personligt interview med Ulla Lundsgart (UL) på adressen (d. 7. 7. 2011)



### Træk på rådgivning, støtteordninger o.l.

UL har en revisor og trækker på uformel rådgivning.

Hun har deltaget på et lokalt iværksætterkursus (i Grenå).

Men hun kender ikke til erhvervsfremmesystemet i området i øvrigt og ej heller til evt. støtteordninger.

### Fremtiden

Hun forventer at fortsætte som nu, men med en større aktionsradius. Hun tager f.eks. til New York for at få nye impulser og opnå anerkendelse, så hun kan opnå højere priser.

### Barrierer og anbefalinger til indsats

Hun finder det vanskeligt at få en ideel sammenhæng mellem tid til kunstnerisk udvikling, produktionen af kunsten, muligheder for indtjening og selve driften.

Al papirarbejde og selve virksomhedsdriften interesserer hende ikke/trækker hende væk fra "det egentlige".

Hun finder behov for en økonomisk buffer og om muligt understøtning og aflastning, f.eks. ved produktion af rammer til sine billeder eller til administration/drift af selve virksomheden. "Måske udvikle et netværk eller partnerskab, til deling og udveksling af services?", spurgte red.



Ulla lever af at male sine blomster og naturen omkring sig. Foto: Hanne Tanvig

## Karakteristikker og sammenhænge - integrerende iværksætteri

I det tilfældigt udvalg af eksempler på integrerende iværksætteri, kan der iagttages nogle forskelle.

Nogle af dem handler om volumen. I den ene ende af skalaen findes en aktivitet, som ville falde for grænsen, hobbyvirksomhed, nemlig eksempel 4, og i den anden ende integrerende iværksættere med ambitioner om vækst (eksemplerne 3 og 7), hvoraf den ene også allerede omfatter flere ansatte og i øvrigt indgår i forskellige større konsortier. Og der findes en række eksempler midt imellem. Flere af de resterende små drives imidlertid sammen med andre små nye erhverv (eksemplerne 5 og 6) eller er koblet sammen med andre indtægtskilder fra lønnede jobs (eksemplerne 1 og 7), hvorfor der samlet set kan være tale om en temmelig stor aktivitet. Uanset deres nuværende volumen gælder imidlertid for langt de fleste, at de gerne vil blive bedre konsolideret og opnå en bedre indtjening.

Det er tidligere vist, at der er tendentielle forskelle, som kan forklares med beliggenheden i forhold til afstand fra en storby. Naturen og herlighedsværdier skinner generelt set tydeligere igennem som lokaliseringsmotiv, jo mere yderligt området ligger. Eksempel 1a og 1b repræsenterer Favrskov, med kort afstand til storbyen. Her er det en tilflyttet børnefamilie (flyttet over ret kort afstand), som ganske vist gerne vil tæt på naturen, men som så mange andre i området have relativt lav husleje og også være tæt på lokal service og en skole. Eksemplerne 3, 5, 6, og 9 befinder sig på Djursland, hvor kun en af dem ikke er en tilflytter men er eksternt involveret og berejst som følge af sin lønnede profession ved siden af det nye erhverv (eksempel 6). Tilflytterne her kommer i de fleste tilfælde fra andre dele af Jylland. Alle casene på Djursland har udtrykt behov for samhørighed med området, især naturen, og flere desuden en social samhørighed (netværket i nærheden) som lokaliseringsmotiv, f.eks. eksemplerne 3, 6 og 9. Fra Thisted er det eksemplerne 2, 4, 7 og 8, der gælder. I et tilfælde er der, som i Norddjurs, tale om én afviger i form af at være en lokal person, men som især har været rundt i verden qua sin tidligere profession. Resten er således tilflyttere, som i øvrigt typisk er kommet langvejs fra, f.eks. fra udlandet. For alle casene i Thisted virker det særligt tydeligt, at en unik natur og særlige stedlige egenskaber har spillet en afgørende, tiltrækkende rolle for både deres lokalisering og selve erhvervet.

Bagved eller ovenover erhvervenes volumen og beliggenhedsfaktorer er der dog en række fælles kendetegn, som snarere samler end spreder eksemplerne, og som kan siges at være hovedtrækkene ved det integrerende iværksætteri.

- De fleste er tilflyttere og det er bosætningen frem for erhvervet, som har styret valget af lokalisering.
- Alle har selektivt valgt det sted, hvor de har bosat og etableret sig, også de to som har valgt at forblive lokale.
- Deres aktiviteter hører alle til erhvervssektorer, som ikke tidligere har været almindelige i de lokale områder. Undtagen for eksempel 4 er brug af IT udtalt for alle, både i markedsføring og direkte salg.
- For alle er naturen i nærheden en afgørende faktor for deres valg af belig-

genhed. Og de trækker alle på stedlige lokale kapitaler. I eksemplerne 1a og 1b, 3, og 5 er det først og fremmest de sociale/kulturelle kapitaler, som står centralt, mens der i eksemplerne 2, 4, 6, 7, 8 og 9 desuden trækkes på fysisk/økonomisk kapital.

- Det er typisk, at deres koncepter er tilpasset beliggenheden, som måske ellers ville opfattes som en ren ulempe. Måden at 'kompensere på' sker i flere tilfælde gennem strategiske netværk og/eller etablering af platforme andetsteds, som kombineres med domicilets, se f.eks. 3, 5, 7 og 8.
- De har i vid udstrækning erhvervs- og netværksrelationer med andre uden for lokalområdet, og arbejder desuden på at styrke sådanne, se f.eks. 1, 2, 3, 5, 7, 8 og 9.
- De fleste er aktive i lokale fællesskaber, f.eks. 2, 4, 6, 7 og 8
- Generelt set er det veluddannede personer, som i flere tilfælde har haft en anden erhvervskarriere forud for opstart af det nye erhverv, f.eks. 1a og 1b, 2, 3, 4, 5, 7, 8 og 9.
- De fleste har kombineret deres nye erhverv med andre indtægtskilder, enten lønnet job, som f.eks. 1b, 6 og 7, eller med andre nye, små erhverv, f.eks. 1, 5 og 6.
- Stort set ingen af dem har familie, som har været eller er selvstændige og således rod i selvstændighedskulturen.
- Alle anfører, at de har problemer med at få tiden til at hænge sammen, og de fleste også at få tid og indtjening til at hænge sammen. Den verserende økonomiske krise virker hårdt ind på nogle af de pågældende.
- Valg af lokalisering og opstart af det nye erhverv er sket uden indflydelse fra systemets tilbud og service, f.eks. rådgivning og støtteordninger. Man trækker i stedet på venner og kolleger. Viden om aktørerne og mulighederne er også begrænset. Nogle har dog trukket på en vis formel rådgivning, f.eks. 1a, 5, 6, 7, 8 og 9. Men flere af dem anfører et begrænset udbytte.
- Enkelte kender til støtteordninger, men har ikke brugt dem i forhold til erhvervsaktiviteten, f.eks. 3, 7 og 8.
- Næsten alle anfører ønsker om anerkendelse og ser gerne forskellige former for støttestrukturer. Men det formuleres umiddelbart i brede vendinger, formentlig som følge af manglende erfaringer med systemets muligheder og viden om det i det hele taget.

De ni eksempler viser integreret iværksætteri i praksis. Integrationen foregår imidlertid på flere niveauer og med forskellige dimensioner involveret.

Som tidligere belyst er det umiddelbart integrationen af bosætning og erhverv i hverdagslivet, som står centralt for dem alle. Og det er bosætningen i de pågældende områder, særligt relateret til adgang til natur og andre herlighedsværdier, som trækker. For nogle er der desuden tale om deltagelse i forskellige former for lokale, sociale fællesskaber, f.eks. 2, 3, 4, 6, 7, 8 og 9. Den horisontale integration (den vandrette akse) finder derfor sted ikke alene op et micro-niveau (individ), men for mange også på et meso-niveau (lokalsamfundet). I eksemplerne 6, 7 og 8 ses desuden, at de indgår i lokale fællesskaber af mere strategisk økonomisk betydning.

En vertikal integration (den lodrette akse) gør sig dog især gældende. Det

fremkommer ved, at de pågældende er ressourcestærke tilflyttere, som inducerer og introducerer for området nye erhvervsaktiviteter (lokal innovation), trækker på deres extra-lokale (erhvervs)relationer, bruger IT offensivt og på anden måde kobler det stedlige med det globale. Der er desuden et par eksempler på en kobling mellem anvendelse af en lokal fysiske/økonomisk kapital og deltagelse i extra-lokale strategiske netværk, f.eks. 2, 6, 7, 8 og 9. Den kombination synes ydermere at fremme lokale, strategiske fællesskaber, således at man evt. kan tale om en lokal kompetenceklynge, f.eks. 6, 7 og 8.

Eksemplerne har altså afsløret nogle sammenhænge, som bevirker, at den tidligere introducerede model kan modificeres og konkretiseres. Stedets betydning/brug af stedet for integrerende iværksætteri er 'altid' vigtig, men der bør sondres mellem en social og kulturel betydning (stedet betyder noget i form af følelsen af tilhør og identitet) og en fysisk/økonomisk dimension (stedet bruges (også) direkte i selve erhvervskonceptet).

Med en grov pensel kan de forskellige eksempler indsættes i en sådan modificeret model.

Tabel 14. De forskellige eksempler på integrerende iværksætteri i en rumlig integrationsmodel

Vertikale relationer			
Extra-lokale strategiske netværk – stor betydning	1b, 3, (5)	(2), 6, (7), 8, (9)	
Extra-lokale strategiske netværk – svage	1a	4	
	Social/kulturel kapital	Fysisk/økonomisk (foruden social/kulturel) kapital	Træk på stedlige kapitaler

Forklaring: I parentes findes de eksempler, som har eller bevidst har arbejdet på at opnå den position.

Modellen lægger op til, at størst succes opnås, når der et maximalt omfang af deltagelse i extra-lokale strategiske netværk og maksimalt træk på stedlige kapitaler. Hertil skal dog føjes, at ingen af de interviewede selv har fundet, at de 'var i mål'. Især har de peget på behov for yderligere konsolidering, både økonomisk og tidsmæssigt, og ikke mindst problematiske indtjeningsforhold pga. krisen – en krise som til gengæld er universel og ikke kan anfægte modellens relevans.<sup>22</sup>

Denne måde at belyse de forskellige positioner på, giver imidlertid også ideer til, hvordan de pågældende kan understøttes. I sig selv er det oplagt, at pleje og synliggørelse af stedet som attraktion for bosætning af potentielle integrerende iværksættere og dermed indirekte for tiltrækning af ny erhvervsudvikling, må skulle spille en central rolle.

Fra de forskellige integrerende iværksættere er der desuden givet en række bud på typer af støttestrukturer og tiltag, f.eks.:

1. Blive kendt på markedet, bred strategisk sparring vedr. udvikling af konceptet samt målrettet rådgivning ift. den type web-handel
2. Hjælp til synliggørelse, markedsføring, hjælp til at etablere nye netværk, tværgående aktiviteter

<sup>22</sup> Som tidligere fremført har det vist sig, at iværksættere i yderområder måske tilmed er bedre til at tilpasse sig de udfordringer.



3. Hjælp til at danne regionalt partnerskab i forbindelse med udnyttelse af ny ressource (vindenergi fra Kattegat), anerkendelse og opbakning fra systemets side
4. Hjælp til øget synliggørelse og markedsføring, herunder skiltning og oprettelse af en hjemmeside hvor aktiviteten kunne få plads
5. Strategisk rådgivning for at få flere små koncepter til at gå op i en højere enhed, hjælp til at finde samarbejdspartnere og markedsføring, rekruttering af en nøglemedarbejder i området, ligesom øget adgang til kapital er velkomne tiltag
6. Et aktivt medspil fra kommunens side
7. Rådgivning i forbindelse med markedsføring, klippekort-ordning både til nye og eksisterende, små erhverv, anerkendelse af lokal udviklingsindsats
8. Indretning af attraktive faciliteter til brug for lokale erhvervsfællesskaber bestående af nye små erhverv og også gæster, god IT forsyning
9. Administrativ og evt. anden slags aflastning, så der kan opnås fokus på det egentlige
10. Dannelse af et netværk, som kan være fælles om at dele services, aflastningsfunktioner o.l.

Som det bemærkes handler mange af forslagene om en slags bufferaktivitet i forhold til den enkelte, men i flere tilfælde også til fordel for en flæthed af nye erhverv.

Igen kan de groft indplaceres i forhold til modellen, og sættes i forhold til udsagnetes afsendere. Der er tendenser i svarene:

For de integrerende iværksættere, som har svage extra-lokale strategiske netværk, eksemplerne 1a og 4, er der primært opmærksomhed overfor øget synliggørelse og markedsføring. Mens der blandt dem med relativt stærkere extra-lokale strategiske netværk desuden er fokus på tiltag til fremme af miljøer og rammer for samme, f.eks. 2, 3, 7, og 8.

Man kan vælge at se det som en trappetige:

1. Først egen synliggørelse og eksistens,
2. Siden at indgå i extra-lokale netværk for siden evt. også at indgå i lokale fællesskaber.

Spørgsmålet er så, om ikke den rækkefølge kunne være anderledes, hvis de pågældende ikke selv skulle bane hele vejen for deres udvikling?

Ingen har til gengæld spontant nævnt betydningen af de stedlige ressourcer, herunder f.eks. indsats over for natur og omgivelser i relation til bosætning, eller sikring af sociale og kulturelle miljøer. Heller ingen har peget på en indsats, der har udspring i identificering og realisering af de stedlige værdier i forhold til skabelse af nye erhverv. Måske er det første opfattet som en selvfølge eller noget, som end ikke af de integrerende iværksættere opfattes som en erhvervsindsats – til trods for at de næppe ville have været at finde på stedet uden at de faktorer havde været i orden. Det andet hænger formentlig sammen med, at de jo selv har identificeret genstanden for deres erhvervsaktivitet. Ikke desto mindre peger analysen samlet set på, at begge de perspektiver også bør tildeles opmærksomhed i en indsats til fremme af ny erhvervsudvikling i områderne, både til fordel for dem der allerede findes og for tiltrækning af nye.





# Perspektivering

Denne analyse kan perspektiveres i forhold til 'systemets' bidrag til integrerende iværksætteri i landdistrikter – via bl.a. politik, planlægning, forvaltning, rådgivning og støtteordninger. Som udgangspunkt har sådanne bidrag været beskeden repræsenteret, jf. både telefoninterviewene og de uddybende interviews. Det kan imidlertid gå begge veje, og altså både handle om 'afsender' og 'modtager'.

Fra afsenderens side kan ideologiske årsager spille ind, men også traditioner, begreber og synsvinkler i øvrigt på, hvad 'rigtig' erhvervsudvikling og 'rigtige' virksomheder er. Der er unægtelig også forskel på de klassiske og de nye erhverv, som denne analyse har fokuseret på.

'Landdistrikter' opfattes som regel på en af to forskellige måder: 1. det agrare samfund med landbruget som omdrejningspunkt eller 2. et regionalt udsnit af landet med det til fælles, at de er relativt tyndt befolkede. Hvis de opfattes som det agrare samfund, er man blind overfor, at der kan eksistere lokale økonomier og formationer, som ikke har med landbruget, direkte eller indirekte, at gøre. Hvis de opfattes ud fra en regional synsvinkel, som ser ovenfra og ned, kan man bedst få øje på vækst og volumen. Fra det perspektiv forsvinder også den nye lokaløkonomiske udvikling, som kan tilskrives de nye iværksættere. Nye teorier om rumlig udvikling indebærer til gengæld et opgør med begge opfattelser af 'landdistrikter' og giver dem nye potentialer for udvikling.

På samme måde måles og vejes iværksætteri på en måde, så integrerende iværksætteri undervurderes eller usynliggøres. En 'rigtig' iværksætter opfattes sædvanligvis som en virksomhed og dens stifter, som kan belyses på micro-niveau og måles og vejes uafhængigt af omverdenen. Succesfaktorer er som regel vækst i økonomi og beskæftigelse inden for den pågældende enhed. De integrerende iværksættere og deres betydning eksisterer og skal forstås som afhængige af deres omverden, både på micro- og meso-niveau. Manges 'økonomiske' enhed isoleret set er ofte beskeden, men ikke desto mindre er der som regel tale om kombinationer af indtægtskilder og netværk, der nødvendigvis skulle tælles med, såfremt de almindelige succesmål overhovedet skulle anvendes. I mange af de fundne tilfælde er der desuden ambitioner om vækst.

De klassiske tilbud er umiddelbart ikke gearret til det integrerende iværksætteri. Når integrerende iværksætteri alligevel findes, kan det altså siges at være på trods. Men dermed være også skrevet, at en understøttende indsats fra systemets side må kunne virke direkte fremmende på den slags iværksætteri, hvis man vil. Igen skal det erindres, at der findes et stort potentiale forbundet med, at mange flere end dem, som hidtil har fundet vejen derud, har et ønske om flytte på landet. En central forudsætning for at skridtet tages er givetvis muligheden for sikre indtjening.

Analysen viser på forskellige måder, at en øget understøttende indsats i givet fald især kan rettes mod at sikre og forbedre omgivelserne og relationerne, sna-

rere end først og fremmest at fastholde det klassiske erhvervsperspektiv med tilhørende rådgivning, f.eks. almindelige iværksætterkurser. Det kalder på flere andre typer af indsats, som ellers ikke hidtil klart har været opfattet som erhvervsfremme. Det er en bred vifte af forvaltninger og typer af aktører, der her kan komme i spil. I den sammenhæng skal det fremhæves, at der findes mange aktive lokalsamfund. Der tages også mange lokale initiativer til udvikling rundt om, bl.a. via diverse støtteordninger, men det opfattes sjældent som en naturlig opgave at arbejde med erhvervsudvikling i de sammenhænge<sup>23</sup>.

Analysen understøtter muligheden af genveje til at øge integrerende iværksæteri og dets effekt på lokal udvikling. De konkrete eksempler understreger betydningen af at fremme et fællesskabsniveau og fra den platform også at nå de enkelte, frem for en indsats der alene henvender sig individuelt. Det leder til begreber, som ikke har været udfoldet i denne analyse, nemlig 'socialt entreprenørskab' og 'community business entrepreneurship', se f.eks. Johnstone & Lionais (2004); Nicholls (2006); Nielsen et al. (2009).

Socialt entreprenørskab kan dække over forskellige konkrete former, men begrebet tillægges her egenskaben at være som 'community business entrepreneurship'. Det finder sted, når omgivelserne, f.eks. landsbyfællesskaber, erhvervslivet, blandede økonomiske kilder (private og offentlige) og f.eks. også kommunerne, selv går aktivt ind i og investerer i rammerne for lokalt iværksæteri. Konkret kan det handle om f.eks. skabelse af miljø, synliggørelse og brands forbundet med stedets værdier, målrettede understøttende og aflastende services, attraktive fysiske rammer og lokal udviklingsfond. Overskud skal til gengæld reinvesteres til videre udvikling på fællesskabsniveau. Herved kan en selvforstærkende proces igangsættes. Det er i øvrigt også en måde at bruge støtteordninger på, så truslen om konkurrenceforvridning gennem direkte støtte til enkeltvirksomheder ikke er så nærværende.

Slutteligt: de medvirkende i denne analyse 'de nye brugere af land' bruger primært stedet som en fysisk, social og mental ramme eller landskab. Som bl.a. Marsden (2009) dog skriver, vil en offensiv og målrettet anvendelse af den naturlige ressource, jorden, til nye og bæredygtige løsninger og produkter særligt kunne konsolidere landdistrikternes rolle i den globale samfundsudvikling. Med den interesse mange har for sunde fødevarer, energirigtig levevis, nærkontakt med naturen og selv at få hænderne i mulden må det formodes, at det integrerende iværksæteri kan komme til at omfatte nyt brug af land i egenkab af jordbrug. Her kunne systemet også tage fat – f.eks. ved at facilitere nye strategiske alliancer mellem de eksisterende jordbesiddere og nye, integrerende iværksættere.

---

<sup>23</sup> Se f.eks. Direktoratet for FødevareErhverv (2003; 2005). Dog skal det anføres, at LAG-midler kan bruges til forskellige former for erhvervsfremme, men at der ofte er tekniske vanskeligheder med at tiltrække dem, især i forbindelse med medfinansieringen. Temaet for Landdistriktpuljen i 2011 lagde op til erhvervsprojekter og det udløse f.eks. i Thy-Mors området, at der for nylig er taget flere initiativer til fremme af nye lokaløkonomier via bl.a. disse midler og medfinansiering af LAG-midler.

# Litteratur

*Albertsen, N. m.fl. (2007)*

Den grænseløse by. CSB Working Paper 14, Forest & Landscape Denmark

*Anderson, A. R. (2000)*

Paradox in the periphery: an entrepreneurial reconstruction? *Entrepreneurship and Regional Development* 12 (2): 91-109

*Anderson, A.R. et al. (2010)*

Rural small businesses in turbulent times. Impacts of the economic downturn. *Entrepreneurship and Innovation*, 11, (1): 45-56

*Bosworth, G. (2010)*

Commercial counterurbanisation: an emerging force in rural economic development. *Environment and Planning* 42, pp 966- 981.

*Capacent Epinion (2008)*

Tiltrækning og fastholdelse af borgere i landdistrikterne. Landdistriktundersøgelserne, hovedrapport. Velfærdsministeriet.

*Castells, M. (1996).*

The Rise of the Network Society. The Information Age. Economy, Society and Culture, Vol. I. Cambridge, MA; Oxford, UK, Blackwell

*Champion, T. (1998)*

Studying counterurbanisation and the rural population turnaround. Migration into Rural areas: Theories and Issues, Boyle P. & Halfacree K. (eds.), 21-40, John Wiley & Sons, West Sussex

*Direktoratet for FødevarerErhverv (2003)*

Midtvejsevaluering af det danske landdistriktsprogram, <http://www.netpublikationer.dk/DFFE/2429/html/chapter02.htm>

*Direktoratet for FødevarerErhverv (2005)*

Midtvejsevaluering af LEADER+ programmet i Danmark 2000-2006., <http://www.netpublikationer.dk/DFFE/2936/html/chapter04.htm>

*Erhvervsfremmestyrelsen (2000)*

Iværksætterkvinders vilkår. Elektronisk version ved J.H. Schultz Grafisk A/S

*Erhvervs- og Byggestyrelsen (2010)*

Kvinder kan – et statistisk portræt. <http://www.ebst.dk>

*Erhvervs- og Byggestyrelsen (2011)*

Iværksætteraktivitet. <http://www.ebst.dk>

*eStatistik.dk (2010).*

Erhvervsnyt fra eStatistik. Iværksætterne i udkantsdanmark bedst gennem krisen.

*Heilbrunn, S (2010)*

Entrepreneurial opportunities in changing communities. *International Journal of Innovation and Regional Development* 2 (1-2): 36-49

*Herslund, L. & Tanvig, H.W. (2012)*

When life style entrepreneurs establish micro-businesses in rural areas: The case of women in the Danish Countryside. E-book: Rural Development, InTech (forthcoming)

- Hubbard, P. et al. (eds.) (2004):  
Key Thinkers on Space and Place. SAGE Publications
- Indenrigsministeriet (2009)  
Landdistriktsredegørelse 2009. Regeringens redegørelse til folketin-  
get. København
- Jack, S.L, Anderson, A (2002)  
The effects of embeddedness of the entrepreneurial process. Journal of  
Business venturing 17 (5): 467-487
- Johansen, P. H. & Eskildsen, K. (2008)  
68 landsbyer i yderområder med befolkningstilvækst i perioden 1997-  
2007. En undersøgelse af faktorer, der kan forklare positiv befolk-  
ningsudvikling i yderområders landsbyer. Miljøministeriet, By- og  
Landskabsstyrelsen
- Johnstone, H. & Lionais, D. (2004)  
Depleted communities and community business entrepreneurship: re-  
valuing space through place. Entrepreneurship & Regional Develop-  
ment: 217-233
- Kalantaridis, C. & Bika, Z. (2006)  
Local embeddedness and rural entrepreneurship: case-study evidence  
from Cumbria, England. Environment and Planning A, (238): 1561-  
1579
- Korsching, P.F. & Allen, J.C. (2004)  
Locality based entrepreneurship. A strategy for community economic  
vitality. Community Development Journal, Vol. 39 (4): 385-400.
- Marsden, T. (2009)  
Mobilities, Vulnerabilities and Sustainabilities: Exploring Pathways  
from Denial to Sustainable Rural Development. Sociologia Ruralis,  
Vol. 49 (2): 113-131
- Maskell, Peter (1986)  
Industriens flugt fra storbyen, København
- Meyrowitz, Joshua (2005)  
The Rise of Glocality. New Senses of Place and Identity in the Global  
Village. <http://www.socialscience.t-mobile.hu>
- Miljøministeriet (2006)  
Landsplanredegørelse 2006. Det nye Danmarks kort – planlægning un-  
der nye vilkår. København
- Murdoch, J. et al. (2003)  
The Differentiated Countryside. Routledge, New York
- Nicholls, A. (ed.) (2006)  
Social Entrepreneurship. New Models of Sustainable Social Change.  
Oxford University Press
- Nielsen, S.L. m.fl. (2009)  
Entreprenørskab i teori og praksis. Paradokser i spil. Idea/Syddansk  
Universitetsforlag
- OECD (2006)  
The New Rural Paradigm: Politics and Governance, Paris
- Perkins, H. C. (2006)  
Commodification: re-resourcing rural areas. Cloke, P., Marsden, T.,  
Mooney, P.H. (eds.) Handbook of Rural Studies. Sage

- Ray, C (1999a)*  
Endogenous Development in the Era of Reflexive Modernity. *Journal of Rural Studies* 15 (3): 257-267
- Ray, C (1999b)*  
Towards a meta-framework of endogenous development: Repertoires, paths, democracy and rights. *Sociologia Ruralis* 39 (4): 521-537
- Savage, M (2010)*  
Identities and Social Change in Britain since 1940: The Politics of Method. Oxford University Press
- Schøtt, T (2009)*  
Iværksætteri i landområderne i Vejle Kommune. Videnskabelig rapport, Syddansk Universitet
- Stahopoulou, S., Psaltopoulos, D. & Skuras, D. (2004)*  
Rural entrepreneurship in Europe. A research framework and agenda. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research*. Vol. 10, (6): 404-425
- Stockdale A. (2006)*  
Migration: pre-requisite for rural economic regeneration? *Journal of Rural Studies* 22(3): 354 – 366
- Sørensen, E. & Torfing, J. (2005)*  
Netværksstyring – fra government til governance, Roskilde Universitetsforlag
- Tanvig, H. W. (1995)*  
Lokal industriel udvikling – lokal erhvervspolitik? Fire eksempler fra Vestdanmark. Sydjysk Universitetsforlag
- Tanvig, H.W. (2003)*  
Myten om de mange iværksættere i landdistrikterne. Arbejdspapir 4/03, Center for Forskning og Udvikling i Landdistrikter. Esbjerg
- Tanvig, H. W. (2010a)*  
Mere mellem himmel og jord. Spirende erhverv i landdistrikter i Vejle kommune. Rapport for fagfolk. [http:// www.sl.life.ku.dk](http://www.sl.life.ku.dk), Skov & Landskab
- Tanvig, H.W. (2010b)*  
Kvindelige iværksættere i landdistrikter – ikke bare en bitte biks. Teorier og konkrete undersøgelser med udgangspunkt i landdistrikter i Vejle kommune. Rapport for fagfolk, [http:// www.sl.life.ku.dk](http://www.sl.life.ku.dk), Skov & Landskab
- Thomsen, L. & Tanvig, H. W. (2006)*  
Landdistriktsstøtten på Danmarks kortet. Skriftserie 13/06, Center for Forskning og Udvikling i Landdistrikter, Esbjerg
- Van der Ploeg, J.D. & Marsden, T.(2008)*  
Unfolding Webs. The dynamics of regional rural development. Van Gorcum
- Vilstrup, K. (1996)*  
At bo på landet. Vilstrup Research A/S, København  
<http://www.landdistriktsprogrammet.dk>





# Bilag 1.

## Fortegnelse over interviewede – telefoninterviews

### I Favrskov Kommune

#### **Voldby**

PLA Consulting  
GE Tool  
Servicecenter Fajstrup  
Dyrholm Design Audio  
Indigo  
BambusHansen  
Eagle Hill Container Management  
Megge's salon  
Hapi Service I/S  
Byrielsholm Rammer  
Lystorp Montage- og Svejseteknik  
All4dogs  
Entrepreneur Jesper Schroll Jensen  
JC Entreprise  
Søberg Montage

#### **Voldum**

H.R SkovConcept  
Agerbruget  
LJ-TEK  
Lunden Engineering  
KS handel og Service  
LT Elevator  
Crible's tømrer & glas  
IT-Henckel. DK ApS  
Ankerstar  
Den Gale Kok  
Bodychange  
Afrodite  
People & Nature One nation – One ...  
KH Montage  
Luksusbutikken  
KruWa Consult

### I Norddjurs Kommune

#### **Lyngby-Trustrup**

Hallendrup Hundepension  
Lyngby Entreprenørforretning  
Notebook Værkstedet  
K.A. Service  
Egehøj Dyrepension  
Jms Webdesign  
Ulla Merete Lundsgart  
Rytters Tømrerfirma  
Eglu A/S  
Wiirenfeldt Madhouse  
H.H. Hairdesign  
Søbygård  
Business & Pleasure  
Gårdbutikken Trustrup  
Ace Golf

#### **Nørager-Vivild**

Norddjurs Højtryk  
Fausinggaard  
Kk Engineering Europe  
Frema Handel  
Molte & far  
Taoslyst Montage  
Lightstone Media  
Na-Me Naturmedicinsk Klinik  
Tsjyden  
Nørager Vandrerhjem  
Fur's Rengøring  
Gaju Islandsheste  
Psykologisk Klinik Løvenholm  
Gl. Brovad  
Jackalope Media

## I Thisted Kommune

### Klitmøller-Sjørring

Sand, Vind og vand miljørådgivning v/Peter Græsbøll  
Hvidhøj-Glas v/Hilda Christiansen  
OUTDOOR-COMPAGNIET S.M.B.A.  
Stian.eu  
Plasma Boardriding Incorporated v/ Robert Røjkjær Sand  
Mortensen  
HM Innovation  
Lillegården Massage v/Anne Ribens  
Stald Kjeldsen v/Karina Kjeldsen  
Weisbjerg Inc.  
KH,s Service og rådgivningsfirma v/Keld Hyldahl  
Butikken v/Bente Merete Rokkjær Gudiksen  
erhvervsrengøring thy v/Susanne Vang Jensen  
Trap 5 Service v/Preben Holm  
Super Schwarz v/Troels Schwarz Sørensen  
Sjoerd Kok  
Klitnyt.dk Mogens Oddershede

### Tømmerby-Vesløs/Øsløs

Hawhuset  
Inger Bundgaard Bogføring  
Performing Hope v/Volker Uwe Mikael Bunzendahl  
ornit.dk v/Jørgen Peter Kjeldsen og Henrik Haaning Nielsen  
ninijolander.dk v/ Nini Jolander  
Ole Gregersen  
Møbelpolstrer Dorte Grønbech Hansen  
Højmark Foder v/Charlotte R Frost  
BULMAR-VET I/S  
Cykel og Knallert v/Mogens Lund Nielsen  
Brølling.dk v/Steen Brølling  
ULRIK IVERSEN  
Annette Falk Lund  
Uniquenes v/Karina R Guldhammer Fuglsang  
Ditte Haahr Hvas

# Bilag 2. Spørgeguide – telefoninterviews

## Om din virksomhed

**1. Hvad laver du/din virksomhed? (branche m.v.)**

**2. Mere end 100.000 i omsætning i 2010?**

**3. Fuld tid i virksomheden?**

3a. Hvis nej, lønnet arbejde eller anden indkomst ved siden af?

3b. Ansatte i virksomheden?

**4. Kunder, hvor?**

Især lokale, især fra Østjylland, alle vegne fra

**5. Markedsføring/salg via nettet?**

**6. Hvordan ser du på virksomhedens fremtid og udvikling?** Som nu eller væsentlige ændringer

6a. Hvis væsentlige ændringer, uddyb venligst

## Om dig selv

**7. Mand/kvinde?**

**8. Alder?**

**9. Uddannelse** Ufaglært, faglært, KVV, MVU, LVU

**10. Din husstand?** Enlig, samboende uden børn, samboende med hjemmeboende børn

**11. Hvad lavede du før start af din virksomhed?**

**12. Hvorfor har du etableret din virksomhed/er blevet selvstændig?**

**13. Har du familie (forældre f.eks.), som driver egen virksomhed?** Ja eller nej

**14. Er etablering af det nye erhverv noget, du har planlagt igennem længere tid?** Ja eller nej

**15. Hvordan er ideen opstået?**

## Om stedet

**16. Har din bopæl og virksomhed samme adresse?** Ja eller nej

16a. Har du adresse på en tidligere landbrugsejendom? Ja eller nej

**17. Hvornår har du bosat dig, hvor du bor nu?** Årstal

**18. Hvorfor bor du, hvor du gør?**

**19. Hvis du er tilflytter inden for de sidste 10 år, hvorfor flyttet til?**

19a. Hvis du er tilflytter inden for de sidste 10 år, hvor langt væk boede du før?

**20. Hvorfor er virksomheden etableret, hvor den er?**

**21. Vil virksomheden være på samme adresse om 5 år?** Ja eller nej eller ved ikke

21a. Hvis ikke, hvorfor

**22. Hvilken betydning for dig/din virksomhed har:**

På en skala fra 1-5 (1 = ringe og 5 = meget stor)

a. God plads b. Billig husleje c. Naturen i nærheden d. Naturen, jorden, stedet, kan bruges i min forretning e. Et lokalt fællesskab f.

Bopæl og evt. familien i nærheden

## Om samarbejde

**23. Har du samarbejde (af større betydning) med andre erhvervsdrivende?** Ja eller nej

23a. Hvis ja, er de fortrinsvis lokale? Ja, nej, både/og

(23b. Om hvad?) *Spørgsmålet ofte droppet – virkede forkert i situationen.*

**24. Deltager du i netværk af betydning for dig og din virksomhed?** Ja eller nej

(24a. Hvilke(n)? 24b. Er de(t) lokale – eller?) *Spørgsmålet ofte droppet – virkede forkert i situationen.*

**25. Deltager du i lokale arrangementer, lokalt udviklingsarbejde m.v. i dit nærområde?** Ja eller nej

(25a. Hvilke(n) og dit udbytte af det) *Spørgsmålet ofte droppet – pga. tid. .*

## **Om rådgivning o.l.**

**26a. Har du brugt/bruger du familie, kolleger, venner ved etableringen/driften af din virksomhed?** Ja eller nej

**26b. Har du brugt/bruger brancheforening, faglige organisationer o.a. ved etableringen/driften af din virksomhed?** Ja eller nej

**26c. Har du brugt/bruger du erhvervsrådgivning/kurser (f.eks. lokalt erhvervskontor) ved etableringen/driften af din virksomhed?** Ja eller nej

(26d. Hvis nej, hvorfor ikke?) *Spm. ofte droppet – for hypotetisk.*

**27. Har du oplevet/oplever et behov for viden, rådgivning m.v., som ikke umiddelbart dækkes?** Ja eller nej

(27a. Hvis ja, hvad handler det om og hvem kan måske bidrage?) *Spm. ofte droppet – for hypotetisk.*

*Spm. 27 blev droppet pga. tidligere erfaringer: spørgsmål for svært i situationen*

**28. Har du brugt støtteordninger, projektmidler etc.?** Ja eller nej

(28a. Til hvad?)

(28b. Hvorfor ikke?) *Spørgsmålene sjældent relevant – næsten ingen havde brugt ordninger overhovedet.*

Om dig som iværksætter

**29. Hvad prioriterer du højest som iværksætter?**

\_\_\_\_ Det er vigtigt, at min virksomhed bliver stor og kendt, også udenfor lokalområdet – og den må gerne optage mig det meste af tiden

\_\_\_\_ Det er vigtigt, at min virksomhed ligner en almindelig virksomhed (SMV) og jeg har foden under eget bord

\_\_\_\_ Det er vigtigt, at min virksomhed kan fungere som en integreret aktivitet og få mit hverdagsliv til at gå op i en højere enhed – både hvis den økonomisk set ikke er helt velkørende og hvis den er

\_\_\_\_ Ekstra kategori: Blanding af livsstil og ambitioner om vækst, men ikke som klassisk vækstvirksomhed

**30. Gør det forskel, at du har etableret dig i et landdistrikt (og ikke i en stor by)?** Ja eller nej

30a. Hvis ja, hvilke(n) forskel(le) *Spørgsmålet også uddybet i tilfælde af nej – formuleringen lægger ikke op til en umiddelbar son-dring.*

**31. Hvis du skulle foreslå en god indsats fra det offentliges side til fordel for dig/din virksomhed, hvad handler den så om?** I to af delundersøgelserne er spm. generelt droppet dels pga. tidspres dels pga. manglende oplagthed i telefoninterviewet men snarere i uddybende undersøgelse.

**32. Hvis du vidste, hvad du ved nu, er der så noget du ville gøre anderledes, hvis du skulle etablere dit erhverv forfra?**

*Spm. blev generelt droppet, fordi svarene hurtigt viste sig at være for 'luftige'.*

**33. Hvad er den største hurdle/barriere for dig/din virksomhed lige nu?**

# Bilag 3.

## Profiler af de interviewede - telefoninterviews

### Voldby

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
Mand	+	+	+		+	+	+				+	+		+	+
Kvinde				+				+	+	+			+		
20-39	+			+	+	+			+	+	+	+	+		+
40-59		+	+				+	+							
60-															
Brud fagligt	-	-	+		-	-		-	-	+	-	+	+	-	-
Planlagt i lang tid	+	+		+		+	+	-	+	+	+	+	+	+	+
Familie selvstændig	+	-		+		+	-	-	-	+	+	+	+	+	+
Enlig							+				+				
Familie								+	+			+			
Familie m. børn	+	+	+	+	+	+				+			+	+	+
Ingen uddannelse								+							
Faglært		+			+		+		+		+	+		+	+
KVU/MVU													+		
LVU				+											
Kombinationer	+		+			+				+					
Håndværk o.l.											+	+		+	+
Jordbrug/skov															
Produktion		+	+												
Service alm.								+							
Service avanceret	+					+			+	+					
Handel alm.					+										
Handel avanceret				+			+						+		
Lokalt marked udelukkende											+				
Extra-lokalt marked	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+			+	+	+
O.100.000 i oms.	+	+	-	-	+	+	+	+	-	-	+	+	-	+	+
Heltid	+	+			+	+	+	+		+	+	+	+	+	+
Deltid			+						+						
Del af firma				+		+									
Ansatte	+	-	-	-	+	+	-	+	-	-	-	-	-	-	+
Markedsfør. Via IT	+	+	+	+	-	+	+	+	-	+	-	-	+	-	+
Tilflytter	+	-	-	+	-	+	-	+	+	-	-	-	+	-	+
Bopæl samme adresse	+	+	+	+	-	+	+	+	+	+	-	+	+	+	+
Nedlagt landbrug	-	+	-	-		+	-	-	-	+	-	-	-	+	-
Bopæl før erhverv	+	+	-					+	+	+	-	+	+	+	-
Samtidig				+		+	+								
Lokalis. pga. stedet						+	+	+	+				+		+
Lokalis. Andet	+	+	+	+						+	+	+		+	
Samme adresse om 5 år	+		+	+	+	+	+	-	+	+	-	-	+	-	-
Plads	1	4	2	1	5	4	1	4	3	4	5	5	3	1	5
Husleje	1	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	3
Natur	1	4	3	5	5	2	5	4	5	4	5	5	5	4	5
Stedet bruges i forretningen	1	1	1	1			1	1	5	1	1	1	1	4	5
Lokalt fællesskabs betydning	1	2	4	5	4	4	5	2	4	5	5	3	4	4	5
Bopæl og familie i nærheden	4	5	4	5	4	5		1	5	5	5	5	5	5	2
Erhvervssamarbejde	+	+	+	+	+	+	+	-	-	+	+	+	-	+	+
Erhvervssamarbejde extra-lokalt	+	+	+	+	+	+	+	-		+	+	+		+	+
Deltagelse i erhvervsnetværk	+	+	-	+	+	+	+	-	+	+	+	-	-	-	+
Lokalt aktiv	-	-	-	+	-	-	+	-	+	+	-	-	-	-	+
Uformel rådgivning	+	-	+	+	+	-	-	+	+	+	-	-	+	+	+
Branche/fagl. rådg.	-	-	-	+	-	-	-	-	-	+	+	-	-	+	+
Lokal rådgivning	-	-	+	-	-	-	-	-	-	-	-	-	+	-	-
Brug af støtteordninger	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	+
Fremtiden som nu	+	+					+		+						+



Vækst			+			+		+		+		+	+		
Tilbage/lukning					?									+	
Type 1						+									
Type 2					+			+							+
Type 3	+	+	+				+		+	+				+	
Type 4				+							+	+		+	
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15

## Voldum

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16
Mand	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+		+	+	+	+	
Kvinde											+					+
20-39	+			+		+		+	+		+	+			+	+
40-59		+	+		+		+			+			+			
60-														+		
Brud fagligt	+	-	-	-	+	-	-			-	-	-	-	+	-	+
Planlagt i lang tid		-	-	+	+	-		+	-		-	+	+	+	-	-
Familie selvstændig		-	-	-	+	-		+	-		-	-	+	+	-	-
Enlig									+							
Familie														+	+	
Familie m. børn	+	+	+	+	+	+	+	+		+	+	+	+			+
Ingen uddannelse																
Faglært				+	+	+	+						+			
KVU/ MVU	+	+	+					+		+	+				+	
LVU												+		+		+
Kombinationer									+							
Håndværk o.l.				+		+							+			
Jordbrug/skov	+				+											
Produktion																
Service alm.																
Service avanceret		+					+	+		+	+	+		+	+	
Handel alm.																
Handel avanceret			+						+							+
Lokal marked udelukkende					+						+					
Extra-lokalt marked		+	+	+		+	+	+	+	+		+	+	+	+	
O.100.000 i oms.	-	+	+	-	+	+	-	+	+	-	-	+	+	+	-	-
Heltid		+	+		+	+		+					+	+		
Deltid	+			+			+		+	+	+	+			-	+
Del af firma																
Ansatte	-	-	+	-	-	+	-	+	+	-	-	-	-	+	-	-
Markedsføring via IT		+	+	-	-	-	-	+	+	+	-	-	-	+	-	+
Tilflytter	+	+	+	+	+	+	+	+		+	+	+	-	-	+	+
Bopæl samme adresse	+	+	-	+	+	+	-	+	-	+	+	+	+	+	+	+
Nedlagt landbrug	+	-	-	-	-	-		+	+	+	+	-	-	+	+	+
Bopæl før erhverv		+			+	+	+	+		+	+	+	+	+	-	-
Samtidigt	+		+	+												
Lokaliser. pga. stedet	+	+	+					+		+				+		
Lokaliser. Andet				+	+	+			+		+	+			+	+
Samme adresse om 5 år	+	+	-	+	+			+	+	+	+	+	+	-	-	+
Plads		1	4	5	5	1	5	1		1	1	1	1	3	1	2
Husleje		4	5	5	5	5	5	5		5	5	1	5	4		5
Natur		3	4	5	5	1	4	5		5	1	5	1	1	5	1
Stedet bruges i forretningen		1	2	1	5	1	5	5		1	1	1	1	1	1	1
Lokalt fællesskab		4	4	5	4	1	4	4		5	1	1	1	2	4	2
Bopæl og familie i nærheden		4	5	5	5	3	1	5		5	5	5	1	4	4	1
Erhvervssamarbejde		+	+	+	+	+	-	+	+	+	-	+	+	+	-	-
Erhvervssamarbejde extra-lokalt			-	+	+	-		+	+	-				-		
Deltagelse i erhvervsnetværk		-	-	-	+	+	-	+	+	+	-	+	-	-	-	+
Lokalt aktiv		+	-	-	+	-	-	+		+	-	-	-	-	+	-
Uformel rådgivning		+	-	+	+	+	-	+	-	+	+	+	-	+	+	+

Branche/faglig rådg.		-	-	-	-	-	-	+	+	-	-	-	-	+	-	-
Lokal rådgivning		+	+	+	-	-	-	+	-	-	-	-	-	-	-	-
Brug af støtteordninger		-	+	-	-	-	-	+	-	-	-	-	-	-	-	-
Fremtiden som nu		+				+						+	+			
Vækst			+	+	+			+	+	+						+
Tilbage/lukning							+							+	+	
Type 1									+							
Type 2				+	+					+				+	+	
Type 3	+	+				+	+	+			+	+			+	+
Type 4			+													
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16

## Lyngby-Trustrup

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
Mand	+	+			+			+						+	+
Kvinde			+	+		+	+		+	+	+	+	+		
20-39		+				+		+	+		+			+	
40-59	+		+	+	+		+			+		+			+
60-													+		
Brud fagligt	+	+		-		+	+	-	-	-	-	-	-	-	+
Planlagt i lang tid			+	-	+	-	+	+	-	+	-	+	+	+	
Familie selvstændig			+	-		+	-	+	+	-	-	+	+		
Enlig		*								+		+			
Familie				+		+		+	+				+		
Familie m. børn	*		+		+		+				+			+	+
Ingen uddannelse				+											
Faglært			+		+	+		+			+	+		+	
KVU/ MVU	*	*					+		+	+			+		
LVU															
Kombinationer															+
Håndværk o.l.					+			+						+	
Jordbrug/skov															
Produktion															
Service alm.											+				
Service avanceret	*	*		+		+	+			+		+	+		+
Handel alm.															
Handel avanceret			+						+						
Lokal marked udelukkende		+		+				+			+	+			
Extra-lokalt marked	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
O.100.000 i oms.	+	-	-	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	-
Heltid				+	+	+	+	+		+	+	+	+	+	
Deltid		+	+						+						+
Del af firma	+														
Ansatte	+	-	-	+	+	+	-	+	-	+	+	-	-	-	-
Markedsføring via IT	+	-	+	-	+	+	+	-	+	+	-	+	-	-	-
Tilflytter	+	-	-	+	+	+	+	-	-	+			+	-	
Bopæl samme adresse	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	-	-	+	+	+
Nedlagt landbrug	+	+	-	-	+	+	+	-	-	+	-	-	+	+	-
Bopæl før erhverv	+	+	+	+	+		+			+				+	+
Samtidig						+		+	+			+	+		
Lokaliser .pga. stedet	+						+			+			+	+	+
Lokalis. andet		+		+	+	+		+	+		+	+			
Samme adresse om 5 år	+	-	+	+	+	+	+	+	+	+	+	-	+	+	+
Plads	2		5	2	5	5	5	4	1	5	4	2	5	1	1
Husleje	3		5	5	3	3	3	3	5	4	5	5	5	5	4
Natur	4		3	4	1	5	5	5	1	5	5	5	5	5	4
Bruge stedet i forretningen	5		5	5	5	5	5	3	1	5	2	1	5	4	4
Lokalt fællesskab	2		5	4	4	3	5	4	3	2	4	5	4	5	3
Bopæl og familie i nærheden	5		5	5	5	5	5	4	5	5	2	3	5	5	5
Erhvervssamarbejde	+	-	-	+	+	+	+	+	-	+	+	+	+	-	+
Erhvervssamarbejde extra-lokalt	+			-	-	-	+	-		+		-	+		-

Deltagelse i erhvervsnetværk	+	-	+		+	+	+	+	+	+	-	+	-	-	
Lokalt aktiv	-	-	+	+	+	-	+	+	+	+	+	+	-	-	+
Uformel rådgivning	+	-	-	-	+	+	+	+	+	+	+	-	+	+	
Branche/faglig rådg.	+	-	-	-	+	-	+	-	-	-	-	-	-	-	-
Lokal rådgivning	+	-	-	-	-	-	-	-	-	+	-	-	-	-	+
Brug af støtteordninger	+	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
Fremtiden som nu			+		+	+	+	+		+	+		+	+	+
Vækst	+			+											
Tilbage/lukning		+							+						
Type 1									+						
Type 2					+						+			+	
Type 3		+	+	+				+				+	+		+
Type 4	+					+	+			+					
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15

## Nørager - Vivild

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
Mand			+	+	+	+			+	+	+		+	+	+
Kvinde	+	+					+	+				+			
20-39	+	+	+							+		+	+		
40-59				+	+	+	+	+			+			+	+
60-									+						
Brud fagligt	-	+	-	-	+	-	+	-	+	-	+	+	+	+	-
Planlagt i lang tid	+	-	+		+	-	+	+	+	-	+	-	+	-	+
Familie selvstændig		+	+		-	+	+	+	+	-	-	-	+	-	+
Enlig											+		+		
Familie		+	+				+	+	+			+			
Familie m. børn	+			+	+	+				+				+	+
Ingen uddannelse													+		
Faglært			+	+					+	+		+			
KVU/MVU		+			+	+	+				+				
LVU	+							+						+	+
Håndværk o.l.									+	+					
Jordbrug/skov			+											+	
Prod.		+		+											
Service alm.					+							+			
Service avanceret						+		+			+		+		+
Handel alm.															
Handel avanceret	+						+								
Lokal marked udelukkende					+					+					
Extra-lokalt marked	+	+	+	+		+	+	+	+		+	+	+	+	+
O.100.000 i oms.	+	+	+	+	-	+	-	+	+	-	+	+	+	-	-
Heltid	+	+	+				+	+				+	+		
Deltid									+	+	+			+	+
Del af firma				+	+	+									
Ansatte	+	+	-	+	-	+	-		+	-	-	+	+	-	-
Markedsføring via IT	+	+	-	+	-	+	+	+	+	-	+	-	+	-	+
Tilflytter	+	-	+	+	+	+	+	+	-	-	+	+	-	+	+
Bopæl samme adresse	+	-	+	-	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
Nedlagt landbrug	+	-	-	-	+	+	-	+	+	-	-	-	-	-	+
Bopæl før erhverv	+	+	+		+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
Lokaliser. pga. stedet	+		+		+	+	+		+	+	+	+		+	+
Lokaliser. Andet		+						+					+		
Samme adresse om 5 år	+	+	+	+	+	+	+	-	+	+	+	+	+	+	+
Plads	5	4	4		1	1		4	4	1	3	4	4		5
Husleje	3	4	5		5	5		5	4	5	3	4	5		3

Natur	5	3	4		3	5		3	5	5	4	5	4	5	3
Brug af stedet i forretningen	5	5	5		1	5		2		1	4	1	5	5	2
Lokalt fællesskab	2	4	3		4	5		1	4	5	5	5	5	4	5
Bopæl og familie i nærheden	4	5	5		3	5		3	4		2	5	5	5	3
Erhvervssamarbejde	+	+			+	+	+	-	+	-	-	-	+	+	+
Erhvervssamarbejde extra-lokalt	+	-			-		+		+				+	+	+
Deltagelse i erhvervsnetværk	+	-	+	-	+	-	+	-	+	+	+	-	+	+	+
Lokalt aktiv	-	-	-	+	+	+	+	-	+	-	+	-	+	+	+
Uformel rådgivning	+	+	+	+	+	+	-	+	+	+	-	+	+	-	+
Branche/faglig rådg.	-	-	-			+	+	-	+	-	+	-	-	+	+
Lokal rådgivning	-	-	-			+	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Brug af støtteordninger	-	+	+	-	-	+	-	-	-	-	-	-	+	+	-
Fremtid som nu	+			+	+	+				+		+		+	+
Vækst	+	+	+				+	+	+		+		+		
Type 1							+								
Type 2		+	+	+					+						
Type 3					+			+		+	+	+		+	+
Type 4	+					+							+		
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15

## Tømmerby – Vesløs/Øsløs

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
Mand		+	+			+	+	+				+		+	
Kvinde	+			+	+				+	+	+		+		+
20-39		+										+	+		+
40-59			+	+	+	+	+	+	+	+	+				
60-	+													+	
Brud fagligt	+	-	-	-		-	+	+	-	-	-	-	-	+	-
Planlagt i lang tid		+	-	-		+	-	-	-	-	-	-	-	+	+
Familie selvstændig		+	-	-		+	-	+	+	-	+	-	+	-	+
Enlig							+								
Familie	+	+	+						+	+		+			
Familie m. børn				+		+		+			+		+		+
Ingen uddannelse			+												
Faglært		+		+		+			+						
KVU/MVU	+						+	+					+	+	+
LVU										+	+	+			
Kombinationer															
Håndværk o.l.				+											
Jordbrug/skov		+						+							
Produktion															
Service alm.									+				+		
Service avanceret			+				+			+	+	+			+
Handel alm.					+	+								+	
Handel avanc.	+														
Lokal marked udelukkende						+			+				+		
Extra-lokalt marked	+	+	+	+	+		+	+		+	+	+		+	+
O.100.000 i oms.	-	+	+	+	-	+	+	+	+	+	-	-	-	+	-
Heltid			+	+		+				+				+	
Deltid	+	+			+		+	+	+		+	+	+		+
Del af firma															
Ansatte	+	-	+	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	+	-
Markedsføring via IT	-	-	+	-	+	-	+	-	-	+	-	+	+	+	-
Tilflytter	+	-	+	+	-	-	+	-	-	+	+	+	-	+	+
Bopæl samme adresse	-	+	+	+	+	-	+	+	+	+	+	+	+	+	+
Nedlagt andbrug	-	-	-	+	+	-	-	+	-	+	-	+	-	+	+
Bopæl før erhverv	+	+	+		+	+	+	+	+	-	+	+	+	+	+
Samtidig				+											
Lokaliser. pga. stedet	+			+			+			+	+	+		+	
Lokaliser. Andet		+	+			+		+	+				+		+
Samme adresse om 5 år	+	-	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+

Plads	2	5	2	5		5	1	4	1	4	1	2	4	1	3
Husleje	3	4	5	5		5	5	4	1	2	3	3	5	4	4
Natur	5	1	5	3		5	5	5	4	5	4	4	5	5	4
Brug af stedet i forretningen	5	5	5	2		3	2	5	1	5	1	4	1	5	1
Lokalt fællesskab	3	4	5	4		5	3	3	5	4	4	4	4	2	2
Bopæl og familie i nærheden	3	5	4	5		4		3	1	4	5	3	4	3	4
Erhvervssamarbejde	-	+	+	-	-	+	+	-	+	-	-	+	-	+	-
Erhvervssamarbejde extra-lokalt		+	+			-	+		-			+		+	
Deltagelse i erhvervsnetværk	+	-	+	-		-	-	-	-	+	-	+	+	+	+
Lokalt aktiv	+	+	+	-	+	-	-	-	+	+	+	+	+	+	+
Uformel rådgivning	-	+	+	+		-	-	+	-	+	+	+	+	+	+
Branche/faglig rådg.	-	+	-	+		-	-	-	-	+	+	-	-	-	-
Lokal rådgivning	-	-	-	-		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Brug af støtteordninger	-	-	-	-		-	-	-	-	+	-	-	-	-	-
Fremtiden som nu	+			+		+	+		+		+	+	+		+
Vækst		+								+				+	
Tilbage/lukning								+							
Ved ikke			+												
Type 1															
Type 2		+				+			+						+
Type 3	+						+	+		+	+	+	+	+	
Type 4			+	+											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15



## Bilag 4.

### Motiver for opstart af det nye erhverv

#### Udsagn – motiver for opstart af det nye erhverv – deltagere i Favrskov Kommune

- Afdelingen var i opløsning, ville prøve noget nyt
- prøve noget nyt
- Søge udfordringer, prøve noget andet
- Fordi det er sjovt, lyst til at udvikle mit eget
- Ville være selvstændig
- Ville være selvstændig
- Har altid villet være selvstændig
- Altid interesseret i produktets potentialer
- Tidligere arbejdssted lukket, kunne overtage kunder
- Altid haft interesse for dyr, kunne kombinere med private behov
- En lille drøm at blive selvstændig
- Der skulle ske noget nyt
- Kunne se muligheder for det pågældende firma
- Luftforandring og mulighed for at drive erhverv hjemmefra
- Ønskede at tjene mere, der var gode muligheder for opstart
- Det var en drøm i mange år, friheden
- Tvunget pga. nedskæringer
- Kunne se et potentiale og vækstmuligheder
- Ville gerne være selvstændig
- Selvstændigheden trak

#### Udsagn – motiver for opstart af det nye erhverv – deltagere i Norddjurs Kommune

- Det skulle prøves
- For at kunne få mine ideer og budskaber ud
- Kom til Kina og kunne se potentialet
- Ville gerne kunne fokusere på mit fag
- Ville gerne kunne være hjemme og have noget at falde tilbage på
- Ville gerne kunne bygge en egenkapital om
- Kunne se muligheder i det, prøve noget andet
- Ville gerne prøve det af som selvstændig i den sidste del af mit arbejdsliv
- For at kunne vedligeholde mine kvalifikationer
- Syntes produktet manglede i butikkerne
- Fik en idé, kunne se store perspektiver
- Var droppet ud af studier, have noget at lave/mødte en kunde
- Var syg, havde det som hobby
- Utilfreds med arbejdsgiver

- Havde altid gerne villet arbejde med det fag, men fik først mulighed for det senere
- En drøm, realisering af hobby
- Livsdrøm, livskvalitet, muligheder på gården
- *Ønske om at blive selvstændig*
- Kunne bruge den i forbindelse med studium
- Fri af understøttelse/kontrol, tjene flere penge
- Komme tættere på hjemmet, *blive sin egen*, levere et bedre koncept/service
- For at opnå frihed, *blive selvstændig*
- *Blive sin egen herre*
- *Drøm at blive sin egen herre*, evt. tjene flere penge
- Altid gerne villet beskæftige sig med relateret aktivitet
- Verdensmester i faget/ville tjene penge på det
- Blev inspireret under et studieophold, fik en god idé/så noget
- *Har altid ligget til familien at drive eget landbrug*
- *Havde lyst til at drive egen virksomhed*
- Væk fra lønmodtagerjob, *ønske at blive selvstændig*, anskaffe jord
- For at tjene penge, men arbejde inden for mit fag
- *Indre drivkraft at blive selvstændig*
- Interesse for udvikling og afprøvning af terapi
- For at hjælpe sønnen i gang
- Blev afskediget, startede selv, men fik andet job i nærheden
- Fleksibel arbejdstid/tage hensyn til sygdom
- Prøve noget nyt, lide at gøre rent
- Ledige bygninger (i familiens eje), ide om et vandrerhjem, lokalsamfundet
- Fritidsinteresse
- *For at have kontrollen selv*

### **Udsagn – motiver for opstart af det nye erhverv – deltagere i Thisted Kommune**

- Var på kursus og blev bidt af det. Startet som en hobby, der er vokset. Spændende og meningsfuldt for en i min alder
- Ville videreføre nogle af aktiviteterne fra det firma jeg var ansat i og som nu er lukket (driver desuden større firma)
- Prøve noget andet, blev inspireret af andre i et kontorfællesskab
- Mistede job og ville bruge min viden
- Kunne se muligheden for at etablere eget erhverv med udspring i stedets ressourcer
- God til det, naturlig udvikling, en niche at kunne leve af
- Interessert i kroppens funktioner, kunne overskue uddannelsen, prøve at styre eget arbejdsliv
- Var træt af at skulle rette op på andres virke og lave om
- Skulle finde noget andet
- Vil have mit eget i fremtiden

- Skulle finde et alternativ til efterløn/altid planlagt det
- Skulle finde en ny indkomstkilde
- Altid været en drøm at blive selvstændig men tænkt at den var urealistisk, blev nødt til at finde ny indkomstkilde
- For at have noget at gå op i
- Havde lyst til at udvikle mig selv og andre
- Havde brug for at finde andre græsgange
- For at gruppen kunne have noget at være fælles om
- Har altid villet være selvstændig, bestemme selv og får økonomisk fordel
- Den offentlige funktion skulle lukkes, og man foreslog etablering af funktionen i privat regi
- Vi flyttede, og jeg skulle finde beskæftigelse/ingen virksomheder inden for faget
- Har altid gerne villet være selvstændig
- Det er sjovt at arbejde hjemmesider
- For at have et supplement til lønindkomst
- Min tidligere arbejdsplads skulle flytte, forskellige firmaer spurgte om de kunne købe min bistand
- Ønske om at kunne leve af min kunst, slippe for dagpenge
- En niche, der var let at etablere, og mulighed for at tjene ekstra penge
- Havde små tjanser, som kunne vokse
- Ville gerne arbejde med produktet
- Ville have noget spændende at lave
- Ville bruge min uddannelse



# Bilag 5

## Det nye erhvervs funktion og art

### Udsagn – det nye erhvervs funktion og art – deltagere i Favrskov Kommune

- Freelance konsulent IT
- Drejning, fræsning, jern og metal (underleverandør)
- Laver kabler til elektronisk udstyr
- Forhandler tilbehør til dametøj (forretning og webshop)
- Tankstation med butik
- Leverancer og drift af containere internationalt
- Import og salg af bambusprodukter (e-handel og torv)
- Rengøringsfirma
- Hunde-/kattefrisør
- Producerer rammer og laver indramning
- Kloakmester
- Monterer ventilationsanlæg
- E-handel med hundetilbehør
- Montage af rørsystemer, smed
- Tømrer- og snedkervirksomhed
- Hobbylandbrug
- Konstruktionstegnesteue
- Salg og montering af elevatorer
- Cykelværksted
- Dyrker juletræer, forefaldende udearbejde
- Tømrervirksomhed
- Event-catering
- Undervisning, coaching, formidling
- Import/salg af alarmsystemer
- IT konsulent, free-lance
- Kosmetisk massage
- Konsulentbistand
- Monterer trailere
- Rådgivende ingeniørvirksomhed
- Konsulentfirma, maskinteknik
- E-handel med smykker

### Udsagn – det nye erhvervs funktion og art – deltagere i Norddjurs Kommune

- Udvikler IT software på højt niveau, sammen med store organisationer
- Webdesign
- Gårdbutik, salg af blomster m.v.



- Reparation af computere og udstyr, salg af udstyr m.v.
- Entreprenørvirksomhed, kloakmester
- Hundepension
- Dyrepension
- Tømrerfirma
- Salg af hudplejepræparater, rekruttering af sælgere, klinik m.v. på franchisebasis
- Kunstner, salg, lidt kursusaktivitet
- Frisør
- Restaurant, catering
- Konsulentvirksomhed, film/IT
- Smed, arbejder for andre
- Reparation af golfudstyr
- Hestestutteri/træning/kurser
- Produktion og salg af specialmaskineri til landbruget
- Landbrug
- Transportudstyr til korn og foderstof m.v.
- Tømrerarbejde, landbrugsmedhjælper, daglejercentral (samt rideskole ved siden af)
- Grafisk design, webshop med tapeter (og andre aktiviteter)
- Naturmedicin, forhandling og klinik (klinik i anden by, webshop hjemmefra)
- Psykologisk rådgivning
- Spildevandsrensning o.l.
- Højtryksmaling af tage
- TS rådgivning, sexologi, forlag, kurser
- Rengøring
- Vandrerhjem
- Skovdyrkning, græsning/kvæg
- Journalist/medier/ sprog

### **Udsagn – det nye erhvervs funktion og art**

#### **– deltagere i Thisted Kommune**

- Laver ting i glas (skåle, figurer, fade o.l.) og afholder kurser inden for samme (hovedaktiviteten) figurer, fade
- Lejer telte ud og sælger produkter til rejsebranchen (har større firma ved siden af)
- IT software/hjemmesider, salg af IT udstyr m.fl.
- Miljørådgivning
- Design og udvikling af beklædning (bl.a. til windsurfere)
- Produktudvikling/rådgivning, film/TV vedr. fluefiskeri
- Massør, mest ude på virksomheder
- Rengøringsfirma
- Forskellige håndværkerfaglige services (bijob som terapeut)

- Hestestutteri
- Rådgivning inden for bogføring o.l.
- Grafisk design på alle platforme
- Webudvikling
- Netsalg af skilte, salg af skiltetekster, plakater og kunst
- Rådgivning ved patientbehandling
- Sælger dametøj og accessories
- Sommerbutik med salg af second hand souvenirs (fra brugt til nyt), snaps og is
- Afløserhjælp, maskinstation, udlejning af traktor
- Naturovervågning (af fugle) samt IT
- Møbepolstring
- Salg af hunde-, katte- og kaninfoder
- Reparerer og sælger cykler og knallerter
- Laver hjemmesider
- Landbrug og slagtehus
- Bogføring
- Kunstner
- Sælger indtalinge til bl.a. film
- Free lance kursusarrangør, supervisor, psykologi
- Negletekniker
- Konsulentfirma samt salg af lokale produkter og malerier, samt forhandling af veterinærprodukter i udlandet
- Kunsthåndværker



# Bilag 6

## Forventninger til fremtiden

### Udsagn – forventninger til fremtid – deltagere i Favrskov Kommune

- Det er et vækstområde
- Nye produkter kommer på tale
- Firmaet vil vokse betydeligt
- Der kommer mere i omsætning
- Det vil vokse
- Der skal ske vækst/blive mere kendt og troværdig
- Lukker virksomheden, går ellers godt nok, men foretrækker en ansættelse
- Vækst forventes
- Vækst er et must
- Firmaet skal lukkes
- Vækst og innovation er i sigte
- Firmaet vil blive større
- Der skal blive basis for fuld tid/udbytte i firmaet – ellers skal det lukkes
- Stopper pga. alder
- Er ved at starte andet firma
- Sortimentet skal udskiftes

### Udsagn – forventninger til fremtid – deltagere i Norddjurs Kommune

- Store potentialer globalt, forventer stor ekspansion
- Virksomheden lukkes antageligt, fordi meget arbejde i anden virksomhed (ejer 50 % af det)
- Mere aktivitet forventes
- Udvidelse pladsmæssigt, plads til butik, mere salg
- Udvider med en elev
- Faser virksomheden ud
- Etablerer endnu en virksomhed, og overflytter den eksisterende dertil senere
- Ønsker at skippe en ansættelse for at hellere mig virksomheden på fuld tid (men den finansielle situation?)
- Der vil ske vækst i beskæftigelse og omsætning
- Overskuddet skal øges og medarbejdere ansættes
- Flytter tyngden over på anden erhvervsaktivitet
- Der skal ske vækst økonomisk (og trække nogle eksterne aktiviteter hjem)
- Vil flytte og oprette en afdeling dér, men samtidigt opretholde den pågældende, skal tjene flere penge/nødt til at udvide
- Udvide konceptet radikalt
- Finde egnede lokaler i nærheden, fælles med andre
- Vokser med funktioner, mere plads/flere lokaler, indkomst styrket, flere beskæftiget

### **Udsagn – forventninger til fremtid – deltagere i Thisted Kommune**

- Har fået lønnet job inden for branchen, er ved at drosle firmaet ned
- Firmaet skal vokse og skabe lokale arbejdspladser
- Starter på ny uddannelse og faser firmaet ned
- Vil ansætte personale
- Forventer vækst
- Vil vokse økonomisk set
- Vil vokse betragteligt og etablere en funktion mere
- Vil vokse til fuldtidserhverv
- Vil sælge en stor del af aktiviteten
- Skal have øget omsætningen for at overleve



# Bilag 7

## Motiver for bosætning

### Udsagn – motiver for bosætning – deltagere i Favrskov Kommune

- Mere plads og luft rundt om huset
- Prisen, var til salg
- Stedet og prisen
- Ville ud af byen og bo på landet
- Fik familie, ville have mere plads, et godt sted
- Det rigtige hus ift. pris/kvalitet
- Kunne lide området
- Prisen og stedet
- Stedet og huset
- Luften, skoven, hensyn til børn, tæt på by
- Området er et fint sted
- Stedet
- På landet hvor der er plads
- Strategisk beliggenhed for forretningen
- Billigt hus
- Stedet, naturen, plads, oplevelser
- Velegnet bygning mhp. erhverv (hustruens)
- Var til salg
- Ledig byggegrund
- Kunne leje boligen
- På landet med plads
- Ledig grund i nærhed til natur

### Udsagn – motiver for bosætning – deltagere i Norddjurs Kommune

- Pga. et særligt miljø i nærheden
- Bolig/faciliteterne var til salg
- Stedet – tilbage til Norddjurs
- Stedet og omgivelserne
- Stedet, plads, tilhørsforhold
- Er lokal/vendt hjem
- Ville væk fra storbyen, ud i natur, fred og ro, mindre stress
- Er oprindeligt lokal, familien i nærheden
- Integreret hus, stedet, aktivitetsmulighed
- Huset, omgivelserne og aktivitetsmuligheder

### **Udsagn – motiver for bosætning – deltagere i Thisted Kommune**

- Trukket til af job og en kæreste, kom til at holde af egnen
- Flyttet til pga. muligheder for surfing
- Følte det som mit tilhørssted
- Er opvokset på stedet og er vendt tilbage
- Ville flytte tilbage til egnen og familien
- Fordi vores børn gik til sport her, og det var nemmere at flytte her til end at køre dem frem og tilbage
- Har venner på egnen, fik tilbudt et godt job
- Flyttet tilbage til egnen, tættere på familie, Klitmøller tiltrækker
- Flyttet til pga. surfing og egnen
- Min kæreste dengang var surfer og ville gerne slå sig ned i Klitmøller
- Stedet, bekendte og at huset kom til salg
- Naturen
- Ønskede at skifte livsstil, få andre værdier, komme tæt på naturen, arbejdsro
- Naturen og venner i nærheden
- Ville vende tilbage til miljøet
- Sociale årsager og naturen

# Bilag 8

## Baggrund for lokalisering af erhvervet

### Udsagn – baggrund for lokalisering af erhvervet – deltagere i Favrskov Kommune

- Der er ikke grund til anden adresse, kan drive det derhjemmefra
- Tæt på motorvejen, velegnede lokaler
- Strategisk beliggenhed for forretningen
- Det er praktisk, tager ud
- Tæt på bolig
- Er meget udenfor, flexibilitet, nærhed til børn og familie,
- Praktisk fordi familien bor på adressen og kan sikre post o.l.
- Velegnede lokaler
- Fordi jeg bor her
- Faciliteterne var til stede på ejendommen
- Ikke grund til andet
- Sidder ude hos kunderne, og har kun brug for kontor ifm. regnskabsføring
- Der var plads til at opføre den bygning på matriklen, så virksomheden kunne få plads
- Her bor vi, kan laves hjemme, passer mig
- Det er oplagt
- For at reducere udgifter/men har haft kontor andetsteds
- Har behov for at være hjemme
- Af økonomiske årsager
- En webshop kræver ikke så megen plads
- Har ikke behov for selvstændige lokaler

### Udsagn – baggrund for lokalisering af erhvervet – deltagere i Norddjurs Kommune

- Praktisk, omkostninger, fleksibelt ift. børn og hverdag, er rart
- Praktisk muligt, kunne hjælpe familien ved siden af
- Havde have som folk besøgte og ville købe planter
- Praktisk, pga. sygdom
- Ville blive boende, faciliteterne til det
- Bolig/faciliteterne var til salg
- Pladsen, praktisk, være mere derhjemme
- Praktisk at arbejde hjemmefra
- Være derhjemme, have/naturen som inspiration
- Potentielt marked, ingen konkurrenter
- Lokalet til rådighed, prisen
- Stedet, muligheden
- Oplagt, ikke brug for egentlige virksomhedslokaler

- Plads, muligheden for at have stutteriet
- Nærmeste samarbejdspartneres virksomheder ligger dér
- Ledige lokaler
- Ledige faciliteter
- Bor her
- Kan arbejde hjemmefra, skønt, nemt, IT på banen
- Lav husleje, lave udgifter
- Ikke brug for plads/kører ud
- Helt praktisk, men vil gerne have lokaler sammen med andre
- Mulighederne, prisen

### **Udsagn – baggrund for lokalisering af erhvervet – deltagere i Thisted Kommune**

- Her bor vi, og der var mulighed for produktion og kursus i en garage og hygge i privaten
- Der er plads til aktiviteter og flere nye fremover, bl.a. lagermuligheder
- Ønsker at være i kontorfællesskabet
- Det er praktisk, det meste af tiden tilbringes hos kunderne
- Vil gerne bo her og fordel ift. virksomheden og dens størrelse
- Nemt ift. familie, ingen spildtid, lav husleje
- Lav husleje og bygninger til det
- Kan tage mig af dyrene, når jeg kommer hjem. Der er plads til den senere virksomhed
- Det er her vi bor, kræver ikke megen plads
- Pga. et dynamisk bofællesskab
- Stedet og i nærheden af sommerhuset
- Praktisk muligt, forældres gård i nærheden med plads til grej og kontor
- Det rette lokale til det og lav husleje
- Udvidelse kunne ikke lade sig gøre på privatadressen, derfor flyttet til større lokaler, som samtidig ligger bedre ift. kunder
- Det er oplagt, når der er jord til ejendommen
- Der er ikke andre behov, kører ud fra hjemmet
- Det er flexibelt og nemt
- Praktisk at have en hjemmearbejdsplads, bruger naturen som inspiration
- Sparer penge til husleje
- Eneste rigtige løsning, bruger naturen

# Bilag 9

## Oplevelse af beliggenhed i et landdistrikt frem for i en storby

### Udsagn – forskel med beliggenhed i et landdistrikt frem for i en storby?

#### – deltagere i Favrskov Kommune

- Økonomisk fordel, lavere udgifter
- Der er ikke så stort et kundeunderlag
- Sværere at få kundekontakt
- Der er ikke så megen spildtid i forbindelse med transport
- Er mere synlig
- Positivt, frisk luft og ingen trafikgener
- Sværere at tiltrække kunder
- Kunne ikke drive mit erhverv i en by
- Ulempe, lavere tilgængelighed
- Kan ikke bo i en by

### Udsagn – forskel med beliggenhed i et landdistrikt frem for i en storby?

#### – deltagere i Norddjurs Kommune

- Lavere omkostninger
- Folk forventer ikke samme betjening som i en byforretning
- Kan imødekomme målgruppen/tryghed, bedre kundepleje
- Kunne ikke ellers lade sig gøre
- Kunder kommer langvejs fra
- Nemt at markedsføre lokalt, men vækst kræver kunder andetsteds fra – an anden markedsføring, som ikke har været mulig
- Ro, inspiration, lokalt samarbejde men: langt fra sit marked/et problem
- Optimalt kundegrundlag, stort opland, ingen konkurrenter
- Kunne ikke leve andre steder
- Kunne ellers ikke lade sig gøre
- Landbruget, store fordele på landet
- Landlige værdier
- Ikke så mange kunder i nærheden, svært at værne om kunder/det lille samfund
- Hurtigere kendt via mund-mund, mindre stress/en del af konceptet
- Går efter den slags turister som søger natur, vand etc.
- Stedet

**Udsagn – beliggenhed i et landdistrikt frem for i en storby?**  
**– deltagere i Thisted Kommune**

- Kunder kommer ikke forbi i samme grad, hvorfor der satses mere på kursusaktivitet end på handel
- Det er billigere og ikke så mange konkurrenter
- Ikke så synlig, hvis mere synlig ville der måske være kommet flere opgaver til firmaet (innovation foregår ifm. efterspørgsel)
- Kunne ikke lade sig gøre andre steder
- Kommer tættere på kunderne/en stor fordel
- Kunderne kender mig
- Stedet og identiteten
- Naturen og dyrene på stedet
- Skal ikke løbe så stærkt, ikke så mange konkurrenter
- Vi har gratis markedsføring pga. det specielle sted, færre konkurrenter/IT betyder at det kan lade sig gøre
- Kan komme i kontakt med turisterne (nye kunder)
- Er kendt fra det særlige sted (Vejlerne) og forbindes med det
- Kunne ikke lade sig gøre i en by
- Videreudvikling af min kunst, men langt til kunder, gallerier m.v.
- Området og miljøet bruger jeg i min forretning, men IT forsyning er kritisk
- Mange opgaver i og med naturen
- Det er sværere at opbygge netværk og få kontakt til kunder



# Bilag 10

## Barrierer for udvikling

### Udsagn – barrierer for udvikling – deltagere i Favrskov Kommune

- At skaffe kunder
- Bankens risikovillighed
- Kunderne er tilbageholdende/køber ikke så meget
- Dårlig omtale af branchen
- Personlige forhold
- Nødvendigt men svært at øge omsætningen
- Kommunen træls at danse med, mangler ofte kompetence
- Tid, holde planer, logistik
- At blive bedre kendt
- Træls med bogføring og regnskab

### Udsagn – barrierer for udvikling – deltagere i Norddjurs Kommune

- Manglende risikovillighed fra finansieringsinstitut
- At få tiden til at slå til
- Helbredet for det er et fysisk krævende job
- At finde kvalificeret arbejdskraft
- Regler og bureaukrati
- Markedsføring – at blive bedre kendt
- At få ordrer
- Skattevæsenet
- At finde kunder – må lukke

### Udsagn – barrierer for udvikling – deltagere i Thisted Kommune

- Der er ikke nogen
- Tiden, hvor det administrative tager for meget fra det, som er sjovt
- Usikkerhed om fremtiden
- Finanskrisen, repositionering af produktet, økonomi til ansættelse af medarbejdere
- Skattetrykket
- Skal starte på ny uddannelse
- Tid (for meget arbejde til sig selv)
- Tid/logistik
- Tiden inden hestene kan sælges
- For mange opgaver ift. tid, men vil ikke ansætte (netværket hjælper)
- Manglende finansiell risikovillighed og åbenhed overfor nye ideer og initiativer
- Få fritidsjobbet, fuldtidsarbejdet og familielivet til at nå sammen
- At opnå det store gennembrud



# Bilag 11

## Forslag til tiltag fra det offentliges side – Thisted-undersøgelsen

### Udsagn – tiltag fra det offentliges side – deltagere i Thisted Kommune

- Skattevæsenet skulle være mere klar og aftale kombination af job og efterløn
- Kommunen skulle entrere med lokale erhverv og hjælpe flere til at komme i gang
- Der skulle være en mere seriøs politik inden for funktionen (naturovervågning)
- Bringe erhvervsliv og kunstnere tættere sammen
- Aflaste ifm. daglig administration
- Sikre en meget bedre mobildækning og IT-forsyning skal forbedres radikalt
- Hjælp til opstart
- Gøre brug af mig som konsulent
- Satse på ordentlige lokaler til kontorfællesskaber (bedre plads) samt god IT forsyning
- Gøre det lettere administrativt, etablere en mellemting så man kunne koncentrere sig om det faglige frem for det firmamæssige
- Afsætte mindre beløb til små virksomheder, som med dem kunne købe hjælp efter deres særlige behov dér hvor den findes (lokal erhvervsrådgivning på tværs af alle (brancher) er ikke tilstrækkelig)
- Forbedre IT og telefoni i området
- Skabe miljøer for nye erhverv a la kontorfællesskabet (mere plads)
- Skabe sikre og fysiske rammer for et sådant miljø, hjælp til det administrative
- Det er vigtigt at give de små samfund mulighed for at rejse sig, understøtte pionerer og arbejde imod centralisering



## **Tidligere udkomne rapporter i Planlægning og Friluftsliv** (indtil 2011 kaldt By- og Landsplanserien)

Nr. 15	2001	Boliglokalisering og transportadfærd
Nr. 16	2001	Arbejdspladslokalisering og transportadfærd
Nr. 17	2002	Byudvikling i større byer – mulige konsekvenser for transport
Nr. 18	2002	Stationnærhedspolitikken i hovedstadsområdet – baggrund og effekter
Nr. 19	2003	Planlægning og miljøvurdering af støtteordninger i det åbne land
Nr. 20	2003	Reaktioner på vejtrafikstøj
Nr. 21	2003	Holdninger og ønsker til Danmarks natur
Nr. 22	2003	Strategisk miljøvurdering af kommuneplaner III – om metoder, proces og organisation
Nr. 23	2004	Landbrugsbygninger, landskab og lokal områdeplanlægning – metoder til landskabskaraktervurdering og økonomivurdering
Nr. 24	2005	Erhvervsklynger i den fysiske planlægning. Tre eksempelstudier Randers – Herning – Nakskov
Nr. 25	2005	Friluftsliv og turisme i regionplanlægningen og amternes forvaltning – erfaringsopsamling og analyse
Nr. 26	2005	Restructuring of Medium Sized Cities – Lessons from the Baltic Sea Region
Nr. 27	2006	Oplevelsesværdier og det grønne håndtryk En metode til kortlægning og udvikling af friluftsoplevelser i Hovedstadsregionen
Nr. 28	2007	Frivilligt arbejde i dansk naturforvaltning
Nr. 29	2011	Forvaltning af friluftsliv – 25 praktiske anvisninger
Nr. 30	2012	Nyt brug af land - nye landbrugere – integrerende iværksætteri i landdistrikter



## Nyt brug af land - nye landbrugere – integrerende iværksætteri i landdistrikter

Skov & Landskab  
Københavns Universitet  
Rolighedsvej 23  
1958 Frederiksberg C  
Tlf. 3533 1500  
sl@life.ku.dk  
www.sl.life.ku.dk

Nationalt center for  
forskning, uddannelse og  
rådgivning i skov  
og skovprodukter,  
landskabsarkitektur og  
landskabsforvaltning,  
byplanlægning og bydesign